DIGITAL EDITION
SETTEMBRE 2021 · ANNO XXXV · N. 291

Italia a Tavola

HOST E TUTTOFOOD
A BRACCETTO PER RIPARTIRE

CHEESE
4 GIORNI DI ASSAGGI A BRA
PER SCOPRIRE IL MONDO DEI FORMAGGI

VERONA E DINTORNI
TERRE DI GRANDI VINI ROSSI
E RICCA BIODIVERSITÀ

FOOD SERVICE · RISTORANTI · HOTEL · PIZZERIE · PASTICCERIE · BAR · TURISMO · GDO E RETAILER

il direttore

Alberto Lupini

La vera urgenza per bar e ristoranti? La riforma delle scuole alberghiere

Giovani camerieri "sottopagati" e sfruttati, o semplicemente "impreparati" e "da formare"? Questo il dubbio per l'emergenza personale (introvabile) di bar e ristoranti italiani alla ripresa estiva dopo mesi di chiusure e limitazioni. Nelle località turistiche la risorsa tradizionalmente più utilizzata in questo periodo erano gli stage o i periodi di lavoro temporaneo degli studenti delle scuole alberghiere, ma quest'anno è stato davvero difficile trovare ragazzi disponibili. Altro che problemi per controllare i green pass all'ingresso...

Fra le motivazioni di questa situazione ci sarebbe lo scarso interesse per lavori non sempre gratificanti, con scarse prospettive per il futuro e con orari impegnativi (si lavora mentre i coetanei sono i clienti che si divertono...). Ma, ribattono i gestori dei pubblici esercizi, così è sempre stato e questo è un lavoro faticoso e che richiede motivazione e preparazione. E questo è forse il nodo centrale della questione: con che formazione arrivano questi studenti al primo impiego in un bar, un ristorante o un hotel? E perché intraprendono un percorso di studi decisamente "particolare"?

Un dato è ineludibile: da anni viviamo come in un reality che fra tv e social ha creato il mito del cuoco stellato, senza mai parlare però del valore dell'accoglienza, dell'impegno dietro a un bancone del bar o nel ricevimento. I locali, salvo casi rari, non sono quelli della Michelin o di MasterChef e i sogni e le ambizioni devono per forza passare attraverso le forche caudine dell'apprendistato e dell'esperienza sul campo. Illudere del contrario (è il caso di alcune pseudo scuole private...) è alimentare un imbroglio.

E alla prova dei fatti, va detto con rispetto e tristezza, non è che i ragazzi che escono dalle scuole alberghiere siano sempre preparati. Anzi, salvo lodevoli eccezioni (che poi diventano oggetto di contesa fra locali concorrenti), gli studenti non hanno una formazione adeguata. Ci sono istituti alberghieri che non sono all'altezza del compito. I programmi sono obsoleti, spesso sono fermi agli anni Novanta. Mancano le tecnologie e gli insegnanti in molti casi sono ex alunni che non hanno mai lavorato in un pubblico esercizio o in un hotel. Certo ci sono le eccezioni, come i corsi affidati a cuochi, barman o direttori d'hotel di fama, ma sono pochi. E così i ragazzi non sanno magari distinguere uno speck da un prosciutto, un calamaro da una seppia, o una tequila da un gin.

Poi c'è anche la realtà dei locali che si approfittano dei ragazzi anche se sono preparati e, se non sono andati all'estero, li sottopagano. Ma il vero problema è un'urgente riforma delle scuole alberghiere riportando le professionalità e le tecniche al centro di studi e stage, per aumentarne la credibilità ed eliminare l'etichetta di scuola che richiede poco impegno. Il futuro del turismo passa da queste nuove generazioni.

Al mondo della ristorazione e dell'accoglienza servono giovani motivati e preparati. Ma tra i falsi miti creati da social e tv e la scarsa qualità della formazione scolastica, molti non riescono a lavorare. Le scuole alberghiere vanno riformate riportando le professionalità e le tecniche al centro degli studi e degli stage

Per i tuoi commenti cerca il codice 79693 su www.italiaatavola.net

In copertina

AGNELLI SINCE 1907: PIÙ VALORE ALL'OSPITALITÀ, CON LA STESSA PASSIONE DI SEMPRE 58

Agnelli Since 1907 promuove i prodotti per Horeca e Foodservice e comprende Pentole Agnelli, Fasa Pentole, Pentole Agnelli Usa, Agnelli Complements, Saps Agnelli Cooking Lab e #NONTOCCATEMILAPADELLA

Sommario

22

28 38

50

64 68

98

114 148

198

IaT

CERCA GLI APPROFONDIMENTI SU WWW.ITALIAATAVOLA.NET

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

Rocco Pozzulo

Presidente Nazionale Fic

Con l'esempio dello sport, l'Italia ce la può fare!

Tante volte viene usata un'espressione un po' semplicistica da coloro che non seguono molto le varie discipline sportive attraverso i media: "Tanto in fondo è solo un gioco, una gara sportiva!". Ma non è sempre così. Per fare un esempio, appena finita la Seconda guerra mondiale Gino Bartali vinse il Tour de France, impresa epica da parte di un umile italiano. Si disse che in qualche modo questo riuscì ad arginare, dopo l'attentato a Palmiro Togliatti, i sentori di una guerra civile, unendo inaspettatamente animi e cuori di tutti gli italiani.

E così oggi stiamo svegli di notte per vedere le "strambate" di Luna Rossa contro i mostri di New Zealand, gioiamo follemente dei traguardi della nostra divina Federica Pellegrini, per non parlare poi degli Europei di calcio e delle Olimpiadi di Tokyo e di quando i nostri atleti italiani salgono sul podio con il nostro tricolore. Non sono solo gare o manifestazioni sportive, che già di loro sarebbero importanti: in questi momenti si ripete una storia di disperazione sociale, di morti e di paure per una malattia ancora da debellare. Le vicende sportive, vecchie e recenti, significano molte cose. Significano che l'Italia ce la può fare, che se ci si mette coraggio, determinazione e usando tutto il talento disponibile, si può andare molto lontano, ottenendo anche grandissimi risultati. Questo è il "vaccino" contro la rassegnazione, per ritrovare una unità di intenti e di obiettivi per il bene comune di tutti!

Unità che la nostra Federazione italiana cuochi ha costruito con le passate gestioni e continua a consolidare sempre più, giorno dopo giorno, allo scopo di affrontare al meglio e con più determinazione le sfide del futuro, le avversità e le precarietà a cui la nostra categoria è da sempre soggetta. Dobbiamo assolutamente cercare di lasciare ai nostri successori un'associazione forte, autorevole e di scopo, che rispetta opinioni diverse, caratterizzata da coesione e unità di intenti, che mette sempre al centro gli interessi di tutti i soci.

Come presidente Fic - anche se le nostre divise non sono azzurre, il colore che accende tutti i nostri cuori - voglio ed intendo far sempre "emozionare" le persone anche alla vista delle nostre toque e giacche bianche, sui palchi di premiazione con i nostri giovani ragazzi, che sono il nostro futuro, o grazie ai piatti e alle medaglie vinte della nostra Nazionale Cuochi, o davanti alle vecchie immagini di quei luoghi colpiti da calamità naturali, in cui i nostri cuochi sono subito accorsi dopo aver lasciato i propri posti di lavoro e le famiglie, per portare un pasto caldo, conforto e solidarietà a chi in quel momento ne aveva più bisogno ed aveva perso tutto.

Per i tuoi commenti cerca il codice 79524
su **www.italiaatavola.net**

Enrico Derflingher

Presidente Euro-Toques International e Italia

Un mondo da raccontare e da svelare

Dopo 40 giorni di piena intensità professionale, con cuochi e brigate impegnati nella stagione estiva, Euro-Toques riprende la sua attività di promozione. Ultima presenza in pubblico il 21 luglio in occasione della presentazione dell'etichetta DeCo (Denominazione Comunale) per i formaggi prodotti ad Alagna Valsesia. Con l'istituzione di questo marchio la tutela si amplia anche alle produzioni agricole tradizionali: prodotti caseari, carni, salumi, rape, patate, cereali come orzo e segale. Il nostro Made in Italy va sempre più tutelato e promosso.

A settembre si riaprono quindi le danze, con Euro-Toques subito in primo piano a Milano con 5 cuochi stellati impegnati nel valorizzare materie prime, arte culinaria e professione, grazie ad una sessione di eventi nell'ambito del Fuori Salone del Mobile. Replica prevista a New York a inizio ottobre, freschi della trasferta a Dubai per la promozione della cucina italiana a Expo 2020.

L'associazione è presente anche in Sardegna per un'iniziativa che vuole mettere sotto i riflettori il turismo sardo e i cuochi dell'isola che ne sono ambasciatori privilegiati. Valorizzare queste professionalità significa comunicare in tutto il mondo - vista la declinazione internazionale dell'accoglienza da Stintino a Cagliari - territorio, materie prime, ricette e cultura. A metà mese la promozione dei nostri valori ci vede protagonisti prima a Sanremo e poi in Olanda, a Eindhoven, per un'iniziativa in collaborazione con la Camera di commercio.

Le nostre missioni in Italia e all'estero per comunicare in profondità l'eccellenza della nostra cucina, figlia di numerose filiere che vanno valorizzate, continuano. I risultati in passato sono stati davvero straordinari e il percorso di "formazione" intrapreso da Euro-Toques non si ferma. Il sentiero è ormai tracciato ed è nostro impegno primario e punto d'onore essere operativi a ogni livello sul fronte dell'educazione gastronomica.

Abbiamo un mondo da raccontare e per molti aspetti da svelare. L'attenzione con cui siamo seguiti ci conferma che la rotta è quella giusta.

Per i tuoi commenti cerca il codice **79455** su **www.italiaatavola.net**

Roberto Lestani

Presidente Fipgc

Prodotti e professionisti in passerella

Sull'onda lunga del protocollo d'intesa firmato a inizio giugno dalla Federazione con il ministero degli Esteri e della Cooperazione internazionale e siglato dal sottosegretario Manlio Di Stefano, si sono aperte nuove, fertili strade. L'accordo prevede un'unità di intenti per portare nel mondo eventi che promuovano il Made in Italy, inteso sia come materie prime che come valore dei professionisti.

In autunno proseguono a pieno regime le attività della Federazione: dal Campionato del mondo di Panettone a Roma fino alla prima edizione del Campionato del mondo di Tiramisù a Milano

Sul primo punto, il valore delle materie prime, la Federazione internazionale pasticceria gelateria cioccolateria (Fipgc) è partita di slancio. Il 10 ottobre, a Roma, nelle sale di Palazzo Rospigliosi, abbiamo organizzato la quarta edizione del Campionato del mondo di Panettone. Trecento professionisti saranno in competizione in quattro diverse categorie: Classico, Decorato, Innovativo e Gluten Free. La passerella che vuole mettere sotto i riflettori i prodotti italiani che hanno reso la nostra pasticceria conosciuta in tutto il mondo si sposterà a fine mese a Milano in occasione di una vetrina tanto attesa.

Dal 22 al 26 ottobre Fieramilano sarà il quartier generale di Host, il Salone internazionale dell'ospitalità. E noi saremo presenti con un evento-novità davvero di grande portata. Abbiamo organizzato la prima edizione del Campionato del mondo di Tiramisù. Trenta concorrenti, dopo le selezioni, si sfideranno nella realizzazione di un Tiramisù classico, con ricettazione e ingredienti tradizionali, e di uno innovativo, che presenti novità nella forma, nel gusto, nelle consistenze e nelle strutture.

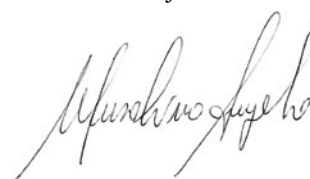
Un palcoscenico come quello di Host si rivela quindi ideale per portare in alto nel mondo il Made in Italy con prodotti simbolo. Sul fronte del valore professionale The Best Pastry Chef in the World vedrà in primo piano le équipe di eccellenza Fipgc che condivideranno la loro esperienza di elevata caratura, così come il Contest School, in collaborazione con il ministero dell'Istruzione e gli Istituti alberghieri. In questa occasione gli studenti terranno delle dimostrazioni e si sfideranno in una gara di dessert al piatto. Sotto gli occhi di operatori e aziende di tutto il mondo, la filiera completa della nostra arte dolce, dai professionisti di domani ai campioni.

Per i tuoi commenti cerca il codice **79475** su **www.italiaatavola.net**

Angelo Musolino
Presidente Conpait

Carenza di pasticceri e personale? Servono più passione e formazione

Se è vero che la carenza di personale sta frenando la ripartenza di molti locali, con reciproci scambi di accuse tra imprenditori e lavoratori, è altrettanto vero che occorre rafforzare la formazione professionale. E soprattutto non può mancare la passione per il lavoro che si fa. A mio avviso parte tutto dalla formazione, non abbiamo aiuto dello Stato per trovare lavoratori: diventa quindi necessario dare più importanza a questo aspetto.

Come farlo? Intanto con maggiore attenzione al progetto di alternanza scuola/lavoro. Faccio un esempio: il ragazzo che studia nell'Istituto alberghiero poi non ha la continuità giusta ed opportuna. Noi ci ritroviamo con le scuole piene ma all'uscita mancano le professionalità. Anche all'interno delle scuole stesse, se posso esprimere una critica costruttiva, probabilmente vi sono docenti non idonei per trasferire quella passione indispensabile al mestiere. Il nostro non è solo un lavoro, sia chiaro. Tutto ciò che viene creato è arte. Quindi ti piace, altrimenti meglio se lasci stare. Un terzo, almeno, di chi si iscrive alle scuole specializzate deve avere questa passione. Il punto di partenza sta tutto qui.

Non abbiamo referenti che possono dare strumenti per lavorare con ragazzi, ecco perché la Conpait punta sulla formazione, per cercare di risolvere tanti problemi. Sono le associazioni di categoria a dover centrare anche questo obiettivo. Tanta gente continua a chiamarci perché alla ricerca disperata di pasticceri e gelatieri. Noi rispondiamo con la professionalità. Ad oggi i numeri sono altissimi: circa 40-60mila addetti, tra rosticceria, bar e pasticceria, mancano all'appello.

Intendiamoci, problemi di questa natura ci son sempre stati (specie alla vigilia delle stagioni estive). Ma questa volta i nodi sembrano aver trovato il modo di venire al pettine tutti assieme. L'eccessiva presenza delle misure assistenziali può avere peggiorato la situazione? Certamente sì, ma non po' essere la sola causa. Chi ha cassa integrazione o reddito di cittadinanza non rischia di perderli per poi magari lavorare poche settimane e, in seguito a nuove chiusure, ritrovarsi nella difficoltà di ottenere di nuovo i sostegni.

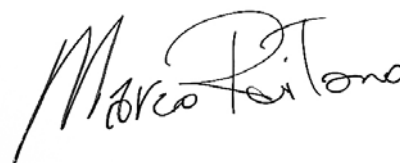
Ma esiste anche un problema psicologico. Con sempre meno persone capaci di mettersi in sintonia con la clientela. Così come la burocrazia e le difficoltà ad essa connesse, che negli ultimi anni si sono lievissimamente attenuate ma persistono. L'insicurezza del periodo non è una buona alleata. Stanti queste condizioni in termini di burocrazia, affitti e costo del lavoro e in assenza di riforme profonde e cambiamenti strutturali, il primo pensiero è la riduzione significativa del numero degli esercizi (con conseguenze occupazionali tutte da verificare). La seconda strada inevitabilmente ricade sul consumatore finale.

Per i tuoi commenti cerca il codice **79407** su **www.italiaatavola.net**

Marco Reitano

Presidente Noi di Sala

La salute prima di tutto
Anche per il personale di sala...

Mentre scrivo questo articolo sono appena state stabilite le nuove norme di contrasto alla variante Delta del virus Covid-19. Ovviamente tutta la stampa sta mettendo in risalto la necessità della vaccinazione (green pass) per accedere ai ristoranti al chiuso, mentre gli altri settori colpiti dal decreto restano in secondo piano. Ancora una volta in questi 17 mesi di pandemia si evince la centralità del nostro comparto, ma le problematiche "vere", gli effetti reali dei vari decreti sulla ristorazione continuano ad essere sottovalutati, spesso ignorati.

Ed è proprio su un aspetto "ignorato" che voglio focalizzarmi, e cioè sull'effetto della mascherina sugli operatori di sala. Quante volte avete sentito parlare di complicazioni dovute alla mascherina per un cameriere che lavora 10-12 ore a turno? Avete forse visto qualche sportivo correre o giocare a pallone con la mascherina? Io no. Poi la ristorazione attuale, a maggior ragione quella di livello, richiede tantissima interazione con il cliente: un cameriere dialoga per tutto l'orario di servizio con l'avventore, sommando a fine giornata circa 90 minuti di "parlato". Chi altro fa tutti i giorni un comizio di 90 minuti con la mascherina saldamente incollata al volto, magari in giacca e cravatta, e sotto il sole bollente, alternandolo ad un'incessante attività fisica? Credetemi, è una dura prova!

Ma non finisce qui, i compiti di chi lavora in sala diventano inoltre sempre più onerosi, faticosi. Siamo diventati veri e propri certificatori/controllori: dovendo gestire gli accessi nei nostri locali controlliamo il green pass, facciamo firmare moduli, disinfettare le mani, verifichiamo l'uso della mascherina ogni volta che il cliente accede al ristorante o si alza dal tavolo per andare in bagno. Insomma, lo spaccato reale è quello di un mestiere sotto forte pressione, sia emotiva che fisica. Certo, a monte di questo rimane il fatto che tutti vogliamo vedere i nostri ristoranti pieni; abbiamo voglia di produrre tornando ai numeri che ci distinguono, magari tentando l'impossibile impresa di recuperare parte di quello che è andato perduto.

Ritengo necessario continuare a riconoscere contributi/sgravi alle imprese che hanno avuto perdite, ma allo stesso tempo va spostata l'attenzione verso il dipendente/cameriere, verificando l'opportunità di riconoscere lo "status" attuale di lavoro, profondamente cambiato rispetto quello abituale/standard. Capita anche a me di soffrire di mancanza di ossigeno durante il servizio: c'è qualcuno che si preoccupa degli effetti sull'organismo che questo può provocare. Sbaglio o tutti quanti nasciamo con una cultura che promuove "la salute prima di tutto"?

Marco Reitano

Per i tuoi commenti cerca il codice **79532** su **www.italiaatavola.net**

Ezio Indiani

Presidente European Hotel Managers Association

L'hotel manager deve puntare sul talento delle persone

Goethe diceva: tratta le persone come se fossero quello che dovrebbero essere ed aiutale a diventare quello che possono essere. Per sviluppare i collaboratori è importante fissare degli obiettivi che siano impegnativi ma raggiungibili, assegnando loro compiti e progetti. È importante tenere con ognuno di loro delle riunioni abbastanza frequenti per valutare i progressi fatti, capire i loro obbiettivi personali e fare in modo che rimangano sulla giusta via per raggiungerli. Per il direttore è quindi importante conoscere quelle che sono le aspirazioni a livello individuale di ogni collaboratore diretto.

Il direttore deve aiutare i collaboratori a pianificare il loro percorso professionale e far sì che si adoperino per rimanere concentrati sul loro percorso. Deve anche facilitare gli spostamenti all'interno dell'azienda per fargli maturare esperienze magari in reparti diversi. Deve essere convinto che lo sviluppo delle sue persone sia un anello cruciale e importantissimo del suo stesso futuro.

Uno dei miei primi docenti alberghieri mi spiegava che il successo del manager dipende quasi sempre dai suoi collaboratori. Possono decretarne il successo come pure il fallimento. Ho visto nella mia carriera persone con dei talenti incredibili che nessuno in azienda conosceva. Quanto talento sprecato solo perché il direttore non si era mai preso la briga di parlare con loro in modo costruttivo... Molti collaboratori vogliono crescere professionalmente, hanno aspirazioni professionali e vogliono creare un futuro migliore per le loro famiglie. È nostro compito aiutarli ad avere successo.

La valutazione annuale è il momento cruciale per un confronto diretto, costruttivo e motivazionale. Capire e condividere con il collaboratore quello è stato fatto di buono e quello che invece non ha funzionato nel periodo precedente e cosa fare per il futuro ci aiuta a lavorare meglio e con più forza ed energia.

La ragione per la quale molti manager non dedicano tempo per lo sviluppo dei collaboratori è quello di avere troppo poco tempo anche per loro stessi. Io credo che dedicare un'ora di media al mese, quindi 12 ore all'anno, per una decina di collaboratori stretti (quindi 120 ore all'anno) sia un impegno in termine di tempo più che ragionevole e fattibile. Serve solo la convinzione che sia la cosa giusta da fare. Noi non verremo ricordati per la percentuale di profitto raggiunto e neppure per tante altre statistiche aziendali ma per il numero di collaboratori che saremo riusciti a sviluppare.

Per i tuoi commenti cerca il codice **79451** su **www.italiaatavola.net**

Valerio Beltrami
Presidente Amira

Sito web e social media, strumenti per la ripartenza del locale

Bisogna riprogrammare tutto dopo la pandemia. Servono capacità, idee innovative, coraggio, ma soprattutto tanto ottimismo. Il coronavirus ha cambiato le abitudini, le percezioni e i comportamenti di consumo delle persone. Le priorità ora sono diverse e in parte da ricostruire. È fondamentale capire e individuare i desideri attuali della clientela.

A questo scopo i social media possono rivelarsi uno strumento prezioso. Cercare di fidelizzare una nuova clientela unita agli "habitué" sarebbe il massimo incremento. È emerso da una ricerca che i clienti fedeli spendono il 60% in più rispetto ai nuovi avventori.

Disporre di un buon sito web, semplice da usare e soprattutto contenente tutte le notizie per i clienti, può sembrare banale ma spesso è di fondamentale importanza. Le foto e i video, l'orario di apertura, l'indirizzo, le e-mail, il numero telefonico e il menu del ristorante completano la conoscenza esaustiva del locale. Ovviamente la casella di posta elettronica andrà monitorata giornalmente, in modo da inviare risposte rapide e tempestive.

Le attività che già faticavano prima del Coronavirus hanno ora la possibilità di mettersi in discussione e pianificare il rilancio. Un consiglio molto importante: evitiamo di fare paragoni con gli incassi del passato. Oggi si riparte come dopo una guerra, cioè da zero. Certo, costerà fatica e gli sforzi non saranno subito ripagati, ma come dice Robert Collier: «Il successo è la somma di piccoli sforzi ripetuti giorno dopo giorno».

Per i tuoi commenti cerca il codice **79448** su **www.italiaatavola.net**

Bernardo Ferro

Presidente Abi Professional

Carenza di personale, i sussidi sono uno strumento sbagliato

Come tanti di noi sanno il comparto turistico nazionale, dopo un anno terribile, pare stia ripartendo nel migliore dei modi (benché io speri che non ci si dimentichi di quello che abbiamo passato). Sappiamo anche che il comparto turistico ha un peso importante per il Pil ma, nonostante tutto, questa "ripartenza" ha trovato come ostacolo principale la difficoltà nel reperire personale per varie attività. Come mai, nonostante non si stia lavorando da parecchi mesi, non c'è disponibilità di personale?

Sono convinto che le motivazioni che hanno portato le persone ad allontanarsi dalle varie professioni dell'ospitalità siano molteplici. Da un lato probabilmente è sbagliata la modalità dei "sussidi" (vedi il "reddito di cittadinanza"). Il ragionamento per tanti - in particolar modo per i giovani che magari sono ancora sotto la "cupola protettiva" della famiglia - è: "massima resa con poco sforzo". Si dovrebbe rivedere a mio avviso il "Patto per il lavoro" cercando di bloccare subito il sussidio a chi rifiuta il lavoro, in mancanza di valide motivazioni.

Sicuramente operare nel mondo dell'ospitalità implica numerosi sacrifici per il lavoratore, ma io che guardo il bicchiere mezzo pieno dico che abbiamo la fortuna di andare in posti e resort meravigliosi, dove la gente paga fior di quattrini per passare una settimana di vacanza, invece noi siamo pagati per starci svariati mesi. Penso che anche la scuola abbia qualche "colpa": dovrebbe, a mio avviso, oltre che insegnare la merceologia far fare molta più pratica, ma soprattutto portare a conoscenza dei sacrifici che lo studente dovrà fare nel suo percorso professionale. Il turismo potrà patire sì delle flessioni, ma la richiesta di lavoro nel campo dell'ospitalità non smetterà mai, perché delle vacanze pochissime persone se ne privano, quindi impegno e sacrificio porteranno sicuramente ad un successo. Esiste però anche il rovescio della medaglia: purtroppo i datori di lavoro sono oberati da tassazioni incredibili e il costo del lavoro ha un'incidenza pazzesca.

Speriamo che i sussidi vengano distribuiti con più coscienza e che ci sia più controllo; speriamo che le scuole formino meglio i giovani, facendo sì che tornino ad innamorarsi delle professioni dell'ospitalità; e speriamo che i datori di lavoro capiscano che il più importante investimento è il personale, che deve essere trattato e rispettato come tale e non "sfruttato", con una retribuzione adeguata alle competenze e alle ore lavorate.

Per i tuoi commenti cerca il codice **79453** su **www.italiaatavola.net**

HOST E TUTTOFOOD A BRACCETTO PER RIPARTIRE

Dal 22 al 26 ottobre, a Milano, 1800 espositori da 40 Paesi in un contesto di filiera totale. Una potente sinergia con anime diverse. Ottime le prospettive di crescita per gli universi alimentare e food equipment

di ***Gabriele Ancona***

I NUMERI DELL'ULTIMA EDIZIONE DI HOSTMILANO

- **2.249** espositori da **55** Paesi
- **oltre 200.000** operatori professionali da **171** Paesi
- **40%** di espositori e visitatori internazionali
- **950** hosted buyer da **80** Paesi

Ritorno in presenza alla grande a Fieramilano. Doppia kermesse dal 22 al 26 ottobre con l'edizione 2021, in abbinata, di Host e TuttoFood. L'Horeca rialza la testa. «Fieramilano c'è», ha ricordato l'amministratore delegato e direttore generale **Luca Palermo**, presentando l'evento il 14 luglio scorso. «Prima della pandemia rappresentavamo il 3% del Pil di Milano. Poi un silenzio assordante. Ma siamo tornati con 32 manifestazioni in calendario tra settembre e dicembre. Per quanto riguarda Host-TuttoFood, a oggi sono già 1.800 le aziende espositrici che hanno assicurato la presenza, di cui 1.100 per Host. Questo grazie anche alla nostra capacità di accogliere in assoluta sicurezza avendo impostato protocolli di efficienza all'esterno e nei padiglioni. Abbiamo riscontrato una grande domanda da parte delle aziende di essere presenti fisicamente. Le manifestazioni fieristiche sono strumenti di politica industriale, a maggior ragione in una location come Milano, vero hub internazionale fieristico».

In quest'ottica Host e TuttoFood si riuniscono in un contesto di "filiera

totale", una potente sinergia con anime diverse - dal semilavorato alla trasformazione e l'equipment, fino alle occasioni di acquisto nella Gdo e Retail e gli stili di consumo nel fuori casa - con un panorama senza confronti di catene del valore sinergiche tra loro, alcune delle qualità approfondite in verticale nella loro completezza, proprio nel periodo dell'anno in cui l'impulso verso una nuova crescita sarà più intenso, coincidendo con un incremento del Pil che per l'Italia anche gli analisti più prudenti stimano superiore al 5%. Oggi più che mai le manifestazioni fieristiche sono strumenti di politica industriale: partecipare a una manifestazione in presenza nel prossimo autunno significa integrare un altro importante fattore di crescita alle facilitazioni messe in campo per la ripresa a livello nazionale ed europeo. Ancora di più in una location come Milano, che sta riassumendo rapidamente il proprio ruolo guida e ha già ripreso a destare l'interesse degli investitori esteri, confermando inoltre la sua accessibilità logistica e vocazione per l'accoglienza.

«Le aziende - ha sottolineato **Simona Greco**, direttore della divisione Exhibitions di Fieramilano - avranno un approccio diverso alle manifestazioni con un deciso orientamento alle tendenze della domanda. Si confronteranno con i competitor e con acquirenti più attenti, esigenti e preparati. La qualità reale sarà il blocco di partenza. Un momento di condivisione di competenze e conoscenze grazie anche a un palinsesto di eventi senza confronti: oltre 1.000 appuntamenti tra le due manifestazioni. Per il mondo dell'ospitalità è giunto il momento di voltare pagina. Già il primo trimestre dell'anno ha evidenziato una forte accelerazione tendenziale del commercio mondiale per il segmento della ristorazione professionale: +23% rispetto al corrispondente periodo del 2019, un anno da vertice. Segno più anche per il segmento dell'arredo tavola: 11,1% rispetto al primo trimestre 2020 e 5,7% sul 2019».

Ritmi di sviluppo accelerati

Guardando avanti, sulla base dell'ultima edizione del World economic ➜

I NUMERI DELL'ULTIMA EDIZIONE DI TUTTOFOOD

- **3.079** espositori da **43** Paesi
- **82.551** operatori professionali da **143** Paesi
- **1.739** giornalisti
- **oltre 1.500** buyer da **103** Paesi

outlook del Fondo monetario internazionale, per il periodo 2021-2024 si segnala un ritorno a ritmi di sviluppo accelerati con particolare riferimento agli scambi mondiali. I segmenti più dinamici saranno la ristorazione professionale (+6,9% di crescita media annua) e quelli legati al segmento caffè-macchine da caffè-vending (+7% medio annua). Per quanto riguarda il nostro Paese, i dati dell'ultimo Food industry monitor relativi agli universi alimentare e food equipment faranno segnare una crescita di circa il 6% sia nel 2021 sia nel 2022. Per l'esportazione si prevede un incremento medio annuo del 3%.

Nuove aree dedicate per un'esperienza di visita completa

Tra le novità da segnare in agenda per la prossima edizione di TuttoFood, l'area TuttoFruit dedicata al fresco ortofrutticolo e alle innovazioni della IV e V gamma. Va ad aggiungersi ai settori lanciati nelle recenti edizioni come TuttoHealth, TuttoDigital e TuttoWine, che sarà rafforzato con una ancora maggiore focalizzazione su territori e produzioni e con degustazioni dedicate ai buyer.

Un'esperienza di visita completa, fluida ed efficace, che permetterà sia di approfondire in dettaglio ciascuna area, sia di esplorare nella loro completezza le filiere in un ambiente che si conferma altamente internazionale anche in quest'anno particolare, anche grazie alla costante collaborazione tra Fiera Milano e Ice non solo nello scouting, ma anche nel mantenere e incrementare la relazione tra domanda e offerta. A completare la panoramica sarà la compresenza anche con Meat-Tech, la manifestazione dedicata alle soluzioni e tecnologie per il Meat e Ready Meal.

Un'attenzione particolare verrà rivolta al tema della sicurezza per tutti gli stakeholder presenti in manifestazione, garantita attraverso l'apposito protocollo Safe Together sviluppato da Fiera Milano, che ha già consentito di tenere con successo diverse manifestazioni in presenza. cod 78546

INFORMAZIONI UTILI

- **Dove:** FieraMilano - Rho
- **Quando:** 22-26 ottobre 2021

Biglietteria

- **Host:** host.fieramilano.it
- **TuttoFood:** www.tuttofood.it

NON HO DUBBI.

La Pinsa Romana originale è solo **NUVOLA** by Di Marco

Una base di Pinsa Romana lavorata artigianalmente e pronta da condire. Grazie all'originale mix di farine e a 72 ore di lievitazione, nasce un prodotto croccante e leggero, pronto in 5 minuti per rispondere alle nuove esigenze di consumo.
Nuvola è disponibile in pack da 1 o 2 pezzi e si conserva nel banco frigo.

Informazioni per contatti commerciali
T. +39 0774 572804 • info@nuvolapinsa.com • www.nuvolapinsa.com

A TUTTOFOOD 2021 LA GRANDE TAVOLA TORNA AL CENTRO DELLA SCENA

Andare alla scoperta delle migliori materie prime è entusiasmante. Assaporare prodotti d'eccellenza è affascinante. Ma l'esperienza di vedere dal vivo ingredienti e prodotti trasformarsi in specialità gourmet sarà ancora più coinvolgente. È quello che accadrà a TuttoFood 2021, dal 22 al 26 ottobre prossimi a FieraMilano, grazie alle novità del percorso espositivo, alla simultaneità con HostMilano e alla strategica collaborazione con Apci (Associazione professionale cuochi italiani), rinnovata dopo il successo delle ultime edizioni.

Nel percorso espositivo la novità di quest'anno è TuttoFruit, l'area dedicata al fresco ortofrutticolo e le innovazioni della IV e V gamma, mentre TuttoWine si rafforza con un focus sulle produzioni d'eccellenza e con degustazioni selezionate. Da non perdere anche il nuovo Better Future Award in collaborazione con le testate Gdoweek e Mark Up, dedicato ai prodotti più innovativi: le proposte premiate saranno esposte nella Innovation Area, spazio dedicato al food del futuro.

Apci proporrà poi un palinsesto di contenuti ed eventi che evidenziano le potenzialità dei prodotti attraverso proposte gourmand ai massimi livelli. In questo contesto non poteva mancare una vera e propria Academy, un'arena gestita e coordinata da Apci che vedrà alternarsi eventi culinari di altissimo livello con momenti di approfondimento sulle novità del mercato Food Service, interpretati dalla maestria dei cuochi professionisti coinvolti: chef stellati, professionisti di respiro internazionale e i migliori pizzaioli. Tra i nomi già confermati si segnalano Massimiliano Mascia, Stefano Cerveni, Sandro Serva, Gino Sorbillo e Wicky Pryian. Autorevole padrona di casa sarà la Squadra Nazionale Apci Chef Italia, che coordinerà il palinsesto e le varie occasioni di consumo a supporto dei palchi d'autore. cod 78406

Per maggiori informazioni:
www.tuttofood.it

A HOSTMILANO PIÙ DI 1.100 ESPOSITORI E OLTRE 800 EVENTI

Tutto il mondo dell'Horeca di nuovo insieme e all'interno di un'unica manifestazione. Dalla ristorazione professionale all'arte bianca, dal comparto bar-macchine da caffè-vending a quello gelato-pasticceria e all'arredo-tecnologia-tavola: per le diverse filiere dell'ospitalità professionale il "place-to-be" dove celebrare la ripartenza dell'intero settore sarà in presenza e in piena sicurezza a HostMilano (a fieramilano dal 22 al 26 ottobre 2021, in contemporanea con TuttoFood).

Un vero e proprio hub dell'equipment globale, quello giunto alla 42ª edizione, che vedrà protagonisti tutti i key player mondiali dell'ospitalità professionale. Pronti ad osservare da vicino non solo le novità di prodotto, ma soprattutto a incontrarsi "live" dopo tanti mesi, confrontandosi su quali saranno gli scenari del futuro proprio nel momento in cui la fiducia torna farsi strada nel fuori casa.

Dopo le difficoltà degli ultimi mesi, finalmente per il mondo dell'ospitalità professionale è venuto il momento di voltare pagina. A dirlo sono i dati di ExportPlanning, secondo cui già il primo trimestre del 2021 ha evidenziato una forte accelerazione tendenziale del commercio mondiale per il segmento della ristorazione professionale (+22,8% in euro rispetto al primo trimestre 2020 e, dato ancora più significativo, +23% rispetto al corrispondente periodo 2019). A tornare al segno "più" è stato anche il segmento dell'arredo tavola, che ha messo a segno un +11,1% rispetto al primo trimestre 2020 e un +5,7% rispetto al primo trimestre 2019.

Come da tradizione, l'edizione 2021 di HostMilano promette di essere il marketplace ideale dove incontrare tutte le realtà più importanti dell'ospitalità professionale, a cominciare dagli

oltre 1.100 espositori provenienti da 40 Paesi che hanno già confermato la loro presenza. Anche grazie al continuo supporto di Ice-Ita Agenzia, è attesa un'importante presenza di buyer da aree di particolare interesse (circa 600 ad oggi) che si vanno ad aggiungere a quelli che saranno presenti grazie alle innumerevoli partnership che HostMilano ha sottoscritto con alcune delle più importanti associazioni internazionali.

cod 78546

Per maggiori informazioni:
host.fieramilano.it

SICUREZZA ALIMENTARE BASE PER UN'AGRICOLTURA SOSTENIBILE

di ***Serena Pironi***
Tecnologo alimentare

La Fao (Food and agriculture organization) e l'Organizzazione mondiale della sanità promuovono il 7 giugno di ogni anno la Giornata mondiale della sicurezza alimentare. Essa è stata proclamata nel 2018 dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite unitamente allo slogan "Food safety is everyone's business", ovvero "La sicurezza alimentare è affare di tutti".

Difatti la Fao ha intrapreso 5 "call to action":

- I governi devono garantire cibo sicuro e nutriente per tutti;
- I produttori agricoli e alimentari devono adottare buone pratiche;
- Gli operatori del settore devono assicurarsi che il cibo sia sicuro;
- I consumatori devono imparare a conoscere cibo sano e sicuro;
- Lavoriamo insieme per cibo sicuro e buona salute!

Se diamo uno sguardo ai 17 "Obiettivi di sviluppo sostenibile" previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu, possiamo notare in particolare l'obiettivo 2: porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile.

Criticità e proposte sul tema della sicurezza alimentare

Ma cosa si sta facendo concretamente in Italia per perseguire questo obiettivo? A questa domanda ha cercato di fornire risposte il webinar del 7 giugno scorso organizzato da Piga Service e Ayama

Academy. L'incontro in diretta streaming ha radunato alcuni esponenti con differenti professionalità coinvolti nel sistema alimentare, al fine di far emergere criticità e proposte risolutive. I relatori hanno partecipato a 3 dibattiti:

- Sicurezza alimentare: i punti deboli della food safety in Italia;
- Sostenibilità dei processi di produzione e spreco alimentare: cosa si sta facendo realmente nel comparto;
- Packaging riciclabile e/o da fonti rinnovabili: stato dell'arte e prossimo futuro.

Tra i punti critici dell'attuale sistema Italia vi è la «mancanza di sinergia tra la norma comunitaria e quella italiana» - ha sostenuto **Pietro Noè**, direttore Ufficio 2 Dgisan (Direzione generale per l'igiene e la sicurezza degli alimenti e la nutrizione) del ministero della Salute - e il divario prodotto dalle autonomie regionali, che emanano proprie delibere, si ripercuote anche a livello comunale. Le norme italiane sono datate ed estremamente articolate.

Giuseppe Paltani, tecnologo alimentare Regione Piemonte Direzione Agricoltura e Cibo, nel suo speech ("Piccole produzioni agroalimentari locali: garantire la salubrità dei prodotti per poi valorizzarli") ha ricordato che l'Italia ha un patrimonio agroalimentare ricchissimo ed è necessario che il legislatore tenti di difendere le piccole produzioni, non solo le grandi.

Nell'Agenda 2030 dell'Onu sono indicati 17 "Obiettivi di sviluppo sostenibile", tra cui porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile

Non c'è armonia tra la norma comunitaria e quella italiana

I regolamenti europei sono in disarmonia con la realtà nazionale: l'Italia è costituita dal 75% di Pmi, di cui il 90% sono microimprese che impiegano oltre l'80% della forza lavoro operante sul territorio, al contrario dell'Ue. «Occorre parlare alle piccole aziende con il loro linguaggio adeguandolo alle dimensioni», ha rimarcato **Francesca Petrini** (portavoce nazionale Cna Agricoltori), concetto sottolineato anche da **Donatella Prampolini** (presidente Fida e vicepresidente Confcommercio imprese per l'Italia), la quale ha affermato che «le aziende del sistema agroalimentare sono molto sensibili al concetto di sicurezza alimentare, che può essere declinato in food safety e food security», ma non di rado vi sono dei costi non sostenibili per le piccole realtà. Inoltre, la legislazione farraginosa e complessa non si adatta ai più piccoli. Concetto ripreso e amplificato da **Gaetano Forte** (avvocato studio Gaetano Forte), che ha ricordato che «il sistema food è trainante per l'economia italiana, ma ha una normativa poco chiara», ad esempio la disciplina sanzionatoria.

«Se ci fosse la food safety culture alla base, le norme non sarebbero più così confuse»: è un'ipotesi risolutiva che ha evidenziato **Marco Lucchini** (segretario generale Fbao), portando in luce il nuovo tema divenuto obbligo legislativo da marzo 2021.

Controlli e miglioramento dei sistemi di produzione

Estremamente attuale l'osservazione poi riportata da **Pietro Noè** sulla competenza del produttore. Quest'ultimo deve definire, anche avvalendosi di collaboratori esterni qualificati, le procedure di autocontrollo a loro volta verificate dal controllo ufficiale: «avanti con l'età, demotivato e poco aggiornato».

Spesso i controllori ufficiali incutono timore negli Osa (Operatori del settore alimentare), ponendo un grosso freno al rapporto di collaborazione e condivisione che dovrebbe instaurarsi al fine di garantire il continuo mi- ➡

BISOGNA RICONQUISTARE LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Se il settore alimentare imparasse a dialogare con l'estero mettendo in risalto il connubio tra legame con il territorio e sicurezza alimentare, ne uscirebbe vincente. Occorrerebbe una migliore interazione tra autorità, giornalisti, associazioni di categoria ed esperti del settore al fine di ricreare la fiducia nei consumatori, fiducia minacciata da una carenza di conoscenza da un lato e dalle massive informazioni confuse elargite dai media nonché inefficace comunicazione dall'altro.

Ti trovi in linea con i tratti critici emersi? E tu, nella tua esperienza, cosa stai facendo per contribuire a solidificare la sicurezza alimentare?

Per approfondire, il webinar del 7 giugno scorso è in visione gratuita integrale a questo link: **https://iat.pub/2Wkav83**

glioramento del sistema. Sarebbe auspicabile una relazione dinamica di collaborazione, ha spiegato Sergio Castellano, direttore assicurazione e controllo qualità presso Chef Express Spa-Gruppo Cremonini.

E-commerce, food delivery e igiene: temi diventati primari con la pandemia

La pandemia ha messo poi in luce delle criticità a carattere organizzativo e nuove modalità di offerta e di acquisto. Basti pensare all'incremento del food delivery, che però, ad oggi, non gode di una disciplina legislativa dedicata. L'e-commerce è stato oggetto di una espansione, mai vista in precedenza. Molte realtà della ristorazione hanno deciso di digitalizzarsi al fine di raggiungere più persone possibili. Di contro il consumatore finale ha iniziato ad interessarsi maggiormente alle tematiche legate all'igiene, grazie alla pluralità di informazioni disponibili.

«Credo che l'igiene e la sicurezza degli alimenti e l'igiene nella somministrazione siano temi che non passeranno più in secondo piano», ha rilevato **Massimiliano Borgia** (direttore del Festival del giornalismo alimentare).

La grande importanza che ha il ruolo del consumatore nell'orientare il mercato è emersa ancora più forte in questo periodo storico. cod 79445

COME E PERCHÉ STIAMO TORNANDO AD ACQUISTARE DAI PICCOLI PRODUTTORI

In tante zone d'Italia stanno nascendo varie realtà che hanno a cuore l'agricoltura locale, i piccoli produttori e le prelibatezze di nicchia. Durante la pandemia c'è stato il boom delle consegne e spesa a domicilio per la Gdo ma, soprattutto, per le piccole realtà, prediligendo aziende a "km 0" o prossime alla propria abitazione. Come mai questo boom? Semplice, il lockdown ci ha regalato un ingrediente prezioso: il tempo. Lo stesso tempo che prima ci sfuggiva di mano e ci faceva desistere dal prendere farina e uova e mettere le mani in pasta. Per questo motivo e per l'effetto-serotonina che solo il cibo vero e buono sa regalare, i consumatori hanno cambiato, passo dopo passo, la loro esperienza di acquisto.

Giulia e Caterina Tazzioli

L'Osservatorio eCommerce b2c Netcomm - School of Management del Politecnico di Milano ha evidenziato che il Grocery alimentare (Gdo) nel 2021 è cresciuto del 39% sfiorando 1,4 milioni di euro di fatturato. Queste cifre sono state raggiunte con le iniziative online, dal ritiro della spesa alle consegne a domicilio, grazie anche alle numerose campagne pubblicitarie delle diverse catene della Gdo. Il Food delivery ha avuto un notevole incremento con i ristoranti chiusi, +56%, superando 1,4 miliardi di euro. Mentre l'Enogastronomia, quindi i locali con prodotti di nicchia, sono aumentati del 17% raggiungendo i 750 milioni di euro.

Fare la spesa non è mai stato così a "km 0". Il lockdown ha regalato ai consumatori più consapevolezza sull'importanza della qualità del cibo, cambiando la loro esperienza di acquisto delle materie prime

Il ritorno alle botteghe di quartiere

Il fenomeno che più ci sorprende è il ritorno alle botteghe di quartiere. Per praticità e per evitare lunghe file al supermercato, molte persone hanno preferito tornare a fare la spese nei piccoli negozi di vicinato dove i clienti vengono ancora serviti personalmente dal bottegaio. Assieme a loro anche le aziende agricole che, impegnandosi in una rivoluzione digitale, si sono mobilitate per consegnare cassette di frutta, verdura e prodotti gourmet in ogni angolo della città. Questo tipo di attività sono sempre più spesso guidate da giovani che credono nel valore del food di qualità.

Consegna a domicilio di prodotti di qualità

A Modena abbiamo un esempio di realtà di valore: "Sorelle in Erba" (**www.sorelleinerba.it**), una start-up tutta al femminile in cui **Giulia e Caterina Tazzioli** offrono un servizio unico di consegna di cassette di prodotti di altissima qualità direttamente a casa, nel modo più etico possibile.

Caterina, qual è il punto di forza di "Sorelle in Erba"?

Cerchiamo micro-produttori che ci propongano prodotti più unici che rari, ma più per un aspetto di qualità che di nicchia di mercato, per offrire un paniere completo senza aver bisogno di andare a fare la spesa. I nostri prodotti sono il frutto di un ciclo vitale vero; la verdura subirà le conseguenze di siccità, gelo o gioverà di una stagione mite, lo yogurt fresco avrà un sapore diverso d'estate rispetto che d'inverno, il parmigiano della stessa stagionatura di un caseificio sarà differente da quello di un altro.

L'emergenza Covid ha cambiato il vostro modus operandi?

Durante il lockdown abbiamo ovviamente lavorato molto di più. È stata molto dura anche per noi a livello psicologico. Capivi che era un'esigenza vitale quella che avevano alcuni di ricevere il cibo a casa, facciamo noi personalmente le consegne e durante quel periodo si respirava una tensione altissima. In molti casi però siamo riuscite ad abbattere quel muro di ghiaccio che si era creato tra la gente. I clienti hanno capito cosa c'è dietro Sorelle in Erba, e le nostre consegne erano diventate quasi una "comfort zone".

Come è stato l'impatto dei clienti con questo nuovo metodo di consegna/spesa online?

Noi siamo nate 4 anni fa come e-commerce. La realtà italiana sta rispondendo molto bene solo negli ultimi anni al commercio online. Noi ci rivolgiamo a un bacino d'utenza molto ristretto, che è la città di Modena. Inoltre, il target è molto difficile perché chi abita qui è molto legato alle tradizioni e rimane restio a tutto ciò che è innovazione. Il vero modenese va a fare la spesa al mercato coperto al sabato mattina. Sradicare questa abitudine è difficile. Abbiamo puntato tanto sul "follow up", sul supporto prima e dopo l'acquisto. E dobbiamo dire che sta dando i suoi frutti. Consigliare un cliente mentre fa la spesa sul sito è un'ottima via di mezzo tra e-commerce e spesa in bottega!

I trend parlano di ritorno alle botteghe, con un occhio più attento alle scelte alimentari. Qual è, secondo te, il futuro della spesa?

È vero, ma in questo periodo abbiamo anche assaggiato la comodità della spesa a domicilio. Pensa se si potesse avere la qualità della bottega assieme alla parola gentile e all'affidabilità del negozio di fiducia, tutto a casa comodamente: ecco, per questo c'è Sorelle in Erba. Inoltre, la nostra forza è unire i prodotti di tante piccole realtà lontane tra loro in un'unica cassettina, pronta a casa. La ricotta di montagna assieme ai limoni siciliani, alle nocciole piemontesi, una burrata pugliese e così via...

Ed è quando un'idea imprenditoriale diventa d'aiuto anche per il sostentamento di una comunità che è vincente. Il goal finale è quello di mantenere intatto quel prezioso contatto umano, quel calore che solo i pomodori in pieno agosto, le prime fragole primaverili e i racconti contadini sanno dare e, al tempo stesso, farsi aiutare dalla tecnologia e dai nuovi media per creare passaparola. In un mondo futuro dove il Covid sarà solo un brutto ricordo, questa rivoluzione "slow" continuerà ad esistere perché abbiamo riscoperto il valore della qualità di ciò che mettiamo a tavola. cod 79392

Per informazioni: **www.jacleroi.com**

CLIENTI ATTENTI, VOGLIONO SAPERE COSA MANGIANO

EPOCA D'ORO PER LE DENOMINAZIONI

di ***Vincenzo D'Antonio***

La scorsa estate fece notizia il menu nuovo a volere intendere il nuovo supporto mediante il quale si rendeva noto l'offering al cliente, il Qr code. Adesso che in questa estate 2021 il Qr code è supporto abbastanza usuale e verso il quale sta finalmente cadendo la soggezione di utilizzo, poniamo attenzione e facciamo riflessione sulla sostanza dell'offering, partendo da una considerazione che ha in sé sia la forza dell'attualità che la valenza dell'impatto strategico sul nostro agroalimentare.

Quale acronimo sta finalmente diventando noto ai più e sta arrecando benefici robusti e diffusi a tutti noi? Risposta: Dop, Denominazione di origine protetta. Quale evento, ahinoi non proprio allegro, ha contribuito a rendere noto su scala ancora più vasta questo acronimo? Il lockdown: andare a fare la spesa avendo maggior tempo a disposizione, rovistare tra gli scaffali con maggiore attenzione, effettuare acquisti food&wine su piattaforme di e-commerce.

Il ruolo cruciale delle aziende nella promozione

Raccontammo di quanto ragguardevole e lodevolmente significativo è il ruolo responsabilmente assunto da alcune aziende alimentari nell'adoperare come ingrediente di loro prodotti immessi al consumo prevalentemente nella Gdo, i prodotti Dop. Orbene, questo utilizzo,

Con la pandemia l'attenzione dei consumatori al cibo e al vino è incrementata. Ecco perché il ristoratore non può più permettersi di servire prodotti dall'origine ignota. L'esperienza umbra che piace

nonché quella che dovrebbe diventare la scaturente comunicazione al cliente, è ancora carente nella ristorazione. Carente sia nel primo anello (l'utilizzo) che nel secondo (la comunicazione).

Non è detto però che sia ovunque così. Caso probante e felice di best practice circa la battaglia contro le Doi (acronimo originale che sta per Denominazione Origine Ignota) ed a favore delle Dop (e delle Igp) è il Relais Borgo Campello, in quel di Campello Alto, frazioncina collinare di Campello sul Clitunno (Pg), in quel diadema del nostro Bel Paese che è l'Umbria.

L'esperienza umbra

Come agisce la best practice ? Si collocano in giunzione, ma senza overlapping, i felici momenti serali dell'aperitivo e della cena. Durante l'aperitivo, il food Dop viene servito tal quale e in accezione edutainment, viene raccontato agli ospiti. Una sorta di guided tasting che mai assume però i toni della verità disvelata e mai debba somigliare ad una lezione.

Nei calici, graditissimo per sua pregevolezza organolettica e per sua duttilità somma nel fare contrappunto armonico con il food Dop, il Prosecco Doc Rosé by Villa Sandi. Anche in questo caso, brioso racconto del vino, delle motivazioni della sua versione pink e degli abbinamenti possibili. Quindi, durante l'aperitivo, la degustazione dei prodotti Dop nel loro essere tal ➜

primi piatti, la conserva del grano (pasta). Nei calici, la conserva dell'uva (vino). Appennino appetibile e appetitoso il nome della rassegna.

L'incanto della porcellana bianca, la Mozzarella di Bufala Campana Dop, nella serata del plenilunio di luglio (sabato 24). Nel suo transito in cucina, diviene "mozzarella in carrozza"; nel calice la Falanghina del Sannio Dop Senete by La Guardiense.

Tal quale a far bella mostra di sé su invitante tagliere insieme alla sontuosa Finocchiona Igp, il Provolone del Monaco Dop nel suo transito in cucina dà spiccato sapore ad un primo memorabile: Eliche alle verdure con petali di Provolone del Monaco Dop. Le eliche sono del Pastificio Gentile di Gragnano: Pasta di Gragnano Igp. Nei calici lo strepitoso Cantari Sannio Dop Aglianico Riserva by La Guardiense.

La Finocchiona Igp è più volte acclamata presenza durante l'aperitivo e si ritrova in sontuoso tagliere con tre differenti versioni del Piave Dop: il fresco, il mezzano, il vecchio. Nel suo transito in cucina la stagionatura

quale: il transito in cucina è durato il tempo della porzionatura, nulla di più.

E la cena, invece? Qui si vale l'abilità dello chef: la sua maestria tecnica ed i suoi guizzi creativi. I prodotti Dop (ma non necessariamente gli stessi degustati durante l'aperitivo) diventano ingredienti importanti atti a connotare il piatto presente nel menu del giorno. Più che edutainment, qui è ghiotta constatazione di come le nostre eccellenze agroalimentari sanno impreziosire e nobilitare le nostre pietanze. Anche qui, nei calici, l'appropriata presenza di vini Dop (o Doc / Docg).

La proposta del Relais

In questo corrente agosto che sta principiando la sua seconda metà, i patron del Relais Borgo Campello, Vincenzo e Daniela, validamente coadiuvati da mirati apporti consulenziali, hanno divulgato nel più goloso e conviviale dei modi, le conserve del latte (i formaggi) e le conserve del maiale (salumi e prosciutti). Inoltre, a connotare squisiti

Castello di Borgo Campello

“mezzano” del Piave Dop ha sostanziato una squisita fonduta che si è abbracciata con i Paccheri del Pastificio Leonessa: risultato di altissimo gradimento! Nei calici, a scelta del commensale, la Vándari Falanghina del Sannio Dop oppure il Marraioli Sannio Aglianico Rosso Riserva Dop. Entrambi i vini sono fatti da Nicola Venditti, patron dell'antica Masseria Venditti. Fu Serata Longobarda, a celebrare il decennale del riconoscimento Unesco ai siti longobardi in Italia. Sorta di gemellaggio a tavola tra Campello del Clitunno e il Sannio.

Altre idee...

Affiatata coppia di successo, tutta toscana, sui taglieri del mondo, in virtù della strategica promozione all'estero denominata Cut & Share, più volte presenti all'aperitivo, il Pecorino Toscano Dop sia tenero che stagionato e il Prosciutto Toscano Dop. Intrigante, graditissimo dai gourmet ed effettivamente perfetto quanto inusuale, l'abbinamento tra il Pecorino Toscano Dop e il Vermouth di Torino.

L'antico vino aromatizzato torinese sta meritatamente vivendo un gaudioso momento di rilancio e ciò lo si deve al Consorzio di tutela, al tandem presidente-vicepresidente, Riccardo Bava e Pierstefano Berta che nel puntare tutto sulla qualità assoluta del prodotto, sta stringendo partnership con significative realtà del mondo Dop. Talvolta in compagnia della Finocchiona Igp e talvolta nel suo augusto ruolo di solista, ha soddisfatto palati esigenti il Grana Padano Riserva Dop. Il suo apprezzato transito in cucina ha sortito Strangozzi con asparagi, salsa di Grana Padano Dop Riserva e tartufo nero. Nel suo generoso concedersi, la Finocchiona Igp ha costituito apprezzato tagliere con l'Asiago Dop, sia fresco che stagionato mezzano (10 mesi). Nel suo duplice transito in cucina, l'Asiago Dop fresco ha sostanziato, assumendo ruolo di fonduta, i Paccheri Leonessa con fonduta di Asiago Dop fresco e tartufo estivo. L'Asiago Dop mezzano è stato ingrediente connotante la Sella di Coniglio farcita con Asiago Dop mezzano.

Concludendo

Questa è la ristorazione nuova, no frills. Sono bandite le Doi, sono benvenute e bene utilizzate sia tal quale sia in sapienti lavorazioni di cucina le nostre Dop (e Igp) che costituiscono la robusta ricchezza del nostro patrimonio agroalimentare. Mondo Dop a cui il cliente ancora ignaro deve essere garbatamente sospinto affinché ne sappia ed apprezzi.

È ruolo responsabile che pertiene al ristoratore nuovo. Il Pnrr sta muovendo i primi passi. E cosa c'entra il Pnrr con le Dop? Si parlerà mica a vanvera di dopeconomy? E quindi c'entra!

cod 79368

L'ACCUSA DELLE SCUOLE: RAGAZZI SFRUTTATI DAI RISTORANTI, COSÌ FUGGONO ALL'ESTERO

Gli istituti alberghieri spiegano che i ragazzi di oggi hanno ancora voglia di intraprendere un percorso formativo nel mondo dell'accoglienza. Il problema però sono gli sbocchi professionali poco allettanti. Da qui nascerebbe la mancanza di personale nei ristoranti italiani

Per gli istituti alberghieri questo è un anno particolare. La crisi della ristorazione ha tolto fiducia agli studenti? La mancanza di personale è causata da problemi nelle aule scolastiche? Il Covid infetta anche la formazione oltre che il lavoro? La risposta è "no", stando alle parole dei dirigenti scolastici.

I ragazzi insomma hanno ancora voglia di iscriversi agli istituti alberghieri; se i ristoranti sono senza personale non è certo colpa degli istituti, i quali hanno continuato a lavorare al massimo nonostante le restrizioni imposte dalla pandemia. Ascoltando le parole dei dirigenti scolastici, gli iscritti quest'anno sono in linea con quelli degli altri anni, al netto di mode che, ciclicamente, riguardano un percorso piuttosto che un altro.

Una cosa è certa: il primo obiettivo di ogni istituto è far capire ai futuri allievi che lavorare in cucina non vuol dire essere dei "vip" che spopolano sugli schermi televisivi, ma fare fatica, sacrifici e dedicarsi anima e corpo al mestiere, che è una vocazione, una missione. Gli studenti sembrano aver compreso, ma il problema è un altro: attendere che i ristoranti puntino sulle giovani leve, curandone la formazione sul campo ed evitando forme di sfruttamento. Perché dalle scuole filtra questa accusa, relativa alla poca predisposizione del settore ad accogliere dignitosamente i neodiplomati.

Nei ristoranti dinamiche poco etiche

«Il mercato della ristorazione risente della mancanza di nuove professionalità perché mette in atto dinamiche lavorative poco etiche - spiega **Barbara Antenucci**, vicepreside dell'Istituto alberghiero Ruffini di Arma di Taggia (Im) - volte allo sfruttamento dei giovani e poco propense a partecipare alla formazione. Questo porta gli studenti ad allontanarsi e a scegliere l'estero, che non può essere una scelta da colpevolizzare, anzi, ma che non può nemmeno essere dovuta ad un mercato italiano poco interessante per i nostri giovani. Noi crediamo che la loro passione esista ancora e lo vediamo dai nuovi iscritti: 130 circa, quest'anno. Una lieve flessione c'è stata, ma è stata dovuta essenzialmente all'impossibilità di lavorare sull'orientamento come facciamo solitamente, ovvero in presenza invece che virtualmente come il Covid ha imposto».

Nelle aule la formazione è stata garantita in modalità mista. Le lezioni teoriche si sono svolte in Dad, mentre i laboratori in presenza. Anche questa modalità non ha tolto la volontà ai ragazzi di andare avanti con serietà. «Quest'anno - spiega **Rudi Mamino**, collaboratore del dirigente scolastico dell'istituto alberghiero Giolitti di Mondovì (Cn) - abbiamo registrato un centinaio di iscritti. Numeri più bassi rispetto agli anni scorsi. Questo non significa che si venuta meno la passione dei ragazzi per questo settore, o meglio: il discorso è molto più complesso. Oggi il vero problema sono gli sbocchi professionali, i ristoranti propongono ai nostri diplomati stipendi miseri e pretendono di avere in cucina piuttosto che in sala personale già formato. È chiaro che si genera un cortocircuito dannoso. E così i ragazzi fuggono all'estero: quest'estate abbiamo avuto un contatto con una catena alberghiera tedesca che proponeva stipendi da 1.800 euro al mese, per cinque giorni a settimana, 8 ore al giorno scenario che in Italia è impensabile da trovare. A questi ragazzi non manca la passione, ma una prospettiva di crescita». ➔

I CUOCHI ALLE SCUOLE: PROFESSORI SENZA PASSIONE E TROPPA TEORIA

I presidenti di Euro-Toques, Fic, Le Soste e Jre rispondono alle accuse degli istituti alberghieri che sostengono che i ristoranti sfruttino i giovani. «Quando ero studente - dice Pozzulo - si facevano 18 ore di laboratorio per ognuno dei 5 anni. Oggi quel monte ore è spalmato su tutti e 5 gli anni»

Ma quale sfruttamento... la verità è che negli istituti alberghieri le ore di laboratorio sono state ridotte all'osso e la preparazione dei professori è spesso approssimativa, oltre al fatto che dalla cattedra non emerge passione e i ragazzi si scoraggiano, arrivando impreparati in cucina, nonostante un diploma in mano. La risposta dei cuochi passa attraverso le parole dei presidenti delle quattro principali associazioni: Euro-Toques, Fic, Le Soste e Jre.

La linea di **Enrico Derflingher**, **Rocco Pozzulo**, **Claudio Sadler** e **Filippo Saporito** è unanime. C'è rammarico nell'ammettere che i programmi delle scuole sono insufficienti; rabbia nel dover dire che troppi professori mancano di preparazione; dispiacere nel constatare che la passione giusta non viene infusa nei ragazzi; preoccupazione nel vedere arrivare in cucina neodiplomati che non hanno le basi; arrendevolezza nell'evidenziare che la nuova generazione non ha la "grinta" che avevano loro, oggi chef affermati.

Poca pratica, troppa teoria a scuola

In primis, il problema della pratica. I programmi scolastici hanno ridotto drasticamente le ore di laboratorio per dare spazio ad altre materie. «La voglia di lavorare in cucina c'è - spiega Derflingher - ma le scuole alberghiere non possono garantire una formazione adeguata perché la pratica è limitata o addirittura inesistente, c'è troppa teoria nell'offerta formativa».

Gli fa eco Claudio Sadler, che affonda: «Generalizzare è sbagliato - ammette - ci sono scuole che preparano bene ed altre che non formano per nulla. Il problema è, in media, le scuole alberghiere sono diventate dei rifugi per famiglie: chi non sa cosa fare, finisce all'alberghiero. Una volta lì poi impara poco, non si possono ridurre le ore di lezione tecnico-pratiche a favore di altre più culturali, importanti sì, ma che non possono prevalere sulle materie di indirizzo. E poi quando si fa laboratorio manca la materia prima, le scuole non hanno pesce a sufficienza da distribuire ai ragazzi per consentirgli di imparare a prepararlo al meglio».

La misura di quanto la formazione in laboratorio sia stata stroncata la dà Rocco Pozzulo che è anche docente all'Istituto alberghiero di Potenza e può offrire un doppio punto di vista: «Quando ero studente io facevamo circa 18 ore di laboratorio ogni anno per cinque anni mentre adesso quelle stesse ore vengono spalmate sui cinque anni di corso: c'è un abisso. Bisogna anche ammettere, tuttavia, che con i programmi di prima uscivano dagli istituti cuochi meno dotti, mentre oggi hanno una cultura generale che non va sottovalutata e che può essere utile nel momento in cui si troveranno a sostenere convegni o confronti con altre personalità».

I professori non trasmettono la passione

Il problema però non è solo tecnico, ma anche morale. I cuochi incolpano i professori di non essere capaci di trasmettere la passione per il mestiere perchè loro in primis non la possiedono. I docenti sono spesso ex-studenti che non hanno intrapreso un lavoro operativo nel mondo della cucina; viene quindi da chiedersi: come puoi spiegare un mestiere così particolare senza averlo mai fatto?

«Come si fa un torrone - spiega un po' provocatoriamente Saporito - lo possono imparare tutti seguendo un tutorial ➔

In cucina con la mascherina, che fatica

Lo scenario esterno ha comunque influenzato la scelta dei nuovi studenti. I ristoranti chiusi e obbligati a rispettare protocolli che da nessuna altra parte sono così rigidi rischiano di far appassire il fascino del mestiere. Lo sottolinea **Mariacristina Schirosi**, vicepreside dell'istituto alberghiero Vespucci di Milano: «Noi abbiamo avuto anche quest'anno tante richieste - osserva - e chi era davvero motivato a lavorare lo ha fatto nel migliore dei modi, frequentando stage e studiando. Altri invece si sono fatti, comprensibilmente, intimorire dalla situazione esterna, dalla poca affidabilità che la pandemia causa: non è facile pensare di rimanere in cucina a lavorare per 8 ore con la mascherina...».

Se il mondo del lavoro, quello vero, non regala soddisfazioni le scuole e gli studenti stessi si consolano comunque con gli stage. «Siamo riusciti a mandare ragazzi in stage in strutture come bar, ristoranti e pasticcerie vicine alla residenza dello studente - ha spiegato **Monica Napoli**, dirigente scolastico dell'Isis Bonaldo Stringher di Udine - ci sono stati anche studenti che hanno lavorato a Lignano ma senza pernottare. Da quello che posso vedere e sento però, purtroppo il problema è che i ragazzi o chi ha già mosso i primi passi nel mondo del lavoro lamentano condizioni contrattuali poco eque: molte ore, turni faticosi, paghe basse. Poi dipende da dove si lavora. Ma la voce è che è un lavoro che rende poco e che chiede sacrifici, molti».

A rischio la qualità del lavoro

I problemi che scaturiscono, a cascata, da queste condizioni sono molteplici. Tra questi il rischio reale che in bar, ristoranti, pasticcerie ed hotel arrivi personale non qualificato. «La domanda di lavoro supera l'offerta - spiega **Ettorina Tribò**, dirigente scolastico dell'Istituto professionale per l'enogastronia e l'ospitalità alberghiera "Enrico Mattei" di Vieste - e il rischio è che ci si rivolga a personale non qualificato. Per questo abbiamo attivato corsi serali per riqualificare anche chi già lavoro. Questo è un lavoro che dà grandi soddisfazioni, ma richiede grossi sacrifici di tempo e impegno».

Ai ristoranti comunque non può andare tutta la colpa. In primis, non sono certo l'unico settore che viene additato di "sfruttare" i giovani diplomati o laureati; in secondo luogo la situazione di estrema crisi in cui sono precipitati impedisce agli imprenditori di farsi carico di assunzioni nuove che richiedono investimenti ingenti a fronte di chiusure che sono sempre dietro l'angolo.

«L'impatto pandemico - ha commentato **Giuseppe Manolo Bontempo**, dirigente scolastico dell'Istituto Statale Istruzione Secondaria Superiore Magnaghi Solari di Salsomaggiore Terme - ha sicuramente stravolto la ristorazione e anche parte dell'agroalimentare. C'è ancora molta incertezza da parte dei ristoratori e questa crea maggiore richiesta di stagisti. Non potendo assumere personale fisso, ci si è rivolto al personale scolastico. Ma purtroppo questo ha tempi ben definiti, non siamo a disposizione alla bisogna. La mancanza di personale è dovuta anche al fatto che molti del settore, di fronte all'incertezza, hanno dato avvio a uno scoraggiamento generale che ha portato diversi operatori a cambiare settore perdendo personale qualificato. Poi ovviamente si tratta di un lavoro molto dispendioso a livello di tempo impiegato e fatica cui, in alcune occasioni, non corrispondono investimenti sul personale. Si cerca di tamponare, insomma, in attesa delle certezze. E questo si riverbera sui compensi».

Gavetta e diritto a un lavoro equo

Dove finisce il principio della "gavetta" e dove inizia il diritto ad un lavoro che venga remunerato in proporzione alla qualifica e allo sforzo è difficile da definire. Chiaro però che un intervento almeno culturale vada fatto; un'attività che vuole progredire e lavorare al meglio non può permettersi di non disporre di personale qualificato e, oggi più che mai, dare fiducia ai giovani può essere essenziale per intercettare le tendenze del momento. D'altro canto non si può negare che esiste una fetta di nuova generazione che muore di fronte ad uno schermi illuminato invece che vivere di sacrificio e voglia di lavorare al meglio in un mestiere "artigianale". Un po' bastone e un po' carota, dagli educatori prima di tutto e dai ristoratori poi, potrebbe essere un'antica ma sempre efficace soluzione. cod 79664

su YouTube. Alle scuole però spetta il compito di trasmettere la passione ai ragazzi. Già quando ero io tra i banchi rimproveravo i docenti perchè non ci raccontavano di Gualtiero Marchesi o di Alain Ducasse e anche oggi è così, solo che con MasterChef e internet certe conoscenze le si possono apprendere comunque».

Ma è colpa solo dei professori, incapaci di trasmettere passione, o dei ragazzi "mollicci" di oggi che - forti di idoli come gli influencer - pensano di ottenere il successo immediatamente e senza sforzi?

«Io sono convinto che i ragazzi che vogliono sfondare in questo mondo superano gli ostacoli - dice Sadler - basta che superino lo scoglio dell'adolescenza e di tutte le problematiche comportamentali che essa comporta. Certo, i ragazzi devono sapere - e questo è raro - che in cucina ci si presenta in una maniera educata e con una presenza adeguata che prevede, ad esempio, l'utilizzo della divisa, cosa che molti rifiutano o non contemplano».

«Bisogna ammettere che i ragazzi di oggi hanno meno voglia di sacrificarsi - osserva Pozzulo - ma fino a che punto possiamo dargli torto quando si parla di entrare nel mondo della cucina, un mondo totalizzante, che ti toglie dalla famiglia e dalla possibilità di dedicare tempo alla vita privata. A causa della pandemia, molti cuochi adulti hanno lasciato questo mestiere perchè hanno toccato con mano il bello di stare in famiglia, di trascorrere le festività con i figli e questo si ripercuote sulle giovani leve».

Si torna al concetto di poca pratica con Saporito: «Credo che se aumentassero i contatti tra scuole e ristoranti i ragazzi potrebbero capire da vicino cosa significa lavorare in cucina e accendere in loro la passione, la voglia di provarci. Certo, i professori anche qui dovrebbero avere l'intrpaprendenza di aggiornarsi perché la cucina è "modaiola", non statica».

Cuochi, poco tempo e poca pazienza nell'insegnare

Ma siamo sicuri che tutta la formazione debba pesare sulle spalle della scuola? I cuochi sono proprio esenti dal proseguire nel percorso di formazione di un giovane? Del resto, è noto, la scuola (almeno quella italiana) non è in grado di preparare i ragazzi al mondo del lavoro. Un neolaureato in medicina non è certo pronto per entrare in sala operatoria. Così come un neolaureato in giurisprudenza non sa come gestire un processo. Cosa succede in cucina?

«Il bisogno di nuove leve è urgente - risponde Derflingher - sembra una razza in via di estinzione. Certo è che non è facile formare nuovi professionisti, da parte dei cuochi e della brigata serve pazienza e dedizione, che in questo momento vengono meno per via del momento di crisi e preoccupazione che colpisce tutti».

C'è bisogno di cogliere le occasioni, di lavorare al 100% tutte le volte che si può per tappare i buchi del 2020 insomma, e così il tempo di insegnare un mestiere non c'è. Ma non per tutti. «Per noi è un grande piacere far crescere i giovani - dice Sadler - ma è ridicolo che i ragazzi oggi svolgano 3 settimane di stage in una cucina: cosa potranno mai imparare?».

«Spetta anche ai cuochi proseguire il percorso di formazione intrpareso da un giovane - evidenzia Pozzulo - e in questo i cuochi devono aver più pazienza con i neodiplomati e impegnarsi a colmare i buchi che hanno, oltre a riuscire a trasferire la passione per il mestiere tanto quanto viene richiesto ai professori. La questione è anche economica: come Fic chiederemo alle istituzioni di defiscalizzare i contributi per i dipendenti in modo da poter assumere maggior personale da distribuire su più turni per lavorare meglio e con maggior agio».

Come detto, in cucina tocca anche sradicare il mito MasterChef, un aspetto sul quale Saporito ha insistito: «Bisogna far conoscere ai ragazzi la punta di diamante della cucina, cioè fin dove si può arrivare, ma trovare anche il giusto equilibrio spiegando che il mestiere è faticoso e diverso da tutti gli altri. Parlando di "successi" i cuochi devono essere bravi a far comprendere ai ragazzi che anche un cornetto fatto al meglio in un bar di provincia deve essere un obiettivo e un risultato che dà soddisfazione, ma spesso manca tempo e voglia». cod 79696

NEL MENU DI JORG GIUBBANI TUTTA LA COMPLESSITÀ DEL TERRITORIO LIGURE

La filosofia di "Orto by Jorg Giubbani" la si ritrova già nel nome, a ribadire il primato della natura in cucina: grande attenzione è infatti riservata alla stagionalità della materia prima, impiegata esaltandone le proprietà nutrizionali, anche in un'ottica di cucina del benessere. Il ristorante è inserito nel complesso dell'Hotel Villa Edera & La Torretta a Moneglia (Ge), una struttura storica e dallo stile unico, immersa nelle verdeggianti colline alle spalle del mare. Lo stabile ingloba parte dell'antica Fortezza del Castello di Monleone e la sua Torretta, risalente al 1173 d.C., oggi piccola e inusuale suite dell'hotel.

Da una profonda connessione con la natura e dall'amore per la Liguria nasce il felice sodalizio tra la passione della famiglia Schiaffino e la filosofia di cucina del giovane e creativo chef **Jorg Giubbani**. Classe 1992, Jorg si presenta fin da adolescente come un talento precoce, ritrovandosi catapultato con responsabilità davanti ai fornelli già a 16 anni. Dopo le importanti esperienze in Francia ed in particolare lo stage ad Alicante da Quique Dacosta, 3 Stelle Michelin, fa ritorno in Italia, nella sua Liguria, all'Excelsior Palace di Rapallo, al Belmond Splendido di Portofino e alla storica Trattoria Angiolina di Sestri Levante. Ma sono le 5 stagioni invernali alla Stüa de Michil dell'Hotel Perla di Corvara in Alta Badia, dove ha l'opportunità di lavorare al fianco dei due grandi chef Arturo

Spicocchi prima e Nicola Laera poi, a plasmare in maniera significativa la sua idea di cucina.

L'immenso rispetto che Orto riserva alla naturalità della materia prima implica non soltanto un'inesauribile capacità di rinnovarsi, ma anche il coraggio di dover rivoluzionare spesso la propria offerta. In tavola da Orto i protagonisti sono sempre la Liguria e la qualità dei prodotti locali, a partire dalla serie di entrées e antipasti fino al momento del dessert. «Nel menu - spiega il giovane cuoco - ci sono parecchi spunti che provengono dal mondo contadino. Tutti i prodotti che la terra ligure ci offre: in questo periodo zucchine trombetta, pomodori cuori di bue, melanzanine genovesi... Seguiamo molto la stagionalità, quindi piselli, fave, tante varietà di pomodori...».

«Cerchiamo di esaltare la materia prima - prosegue Giubbani - attraverso tecniche innovative, ma al tempo stesso utilizzando metodi antichi, ad esempio la cottura al fuoco. Per valorizzare lo splendido territorio ligure abbiamo studiato un menu modellato sulla complessità del territorio stesso e sulla ricchezza delle sue materie prime: si passa dal mare alla collina e poi alla montagna. Nel menu sono presenti quindi piatti di carne oltre a pietanze a base di pesce dove prediligo una ricerca sui prodotti "poveri" come nel caso di uno dei nostri cavalli di battaglia, la Cappunadda di sgombro, che quest'anno compie 5 anni ed è diventato ormai un evergreen del menu di Orto. Tra i nostri piatti più identificativi c'è anche lo Spaghetto Pastificio Agricolo Mancini con battuto di scampo di Viareggio, burro acido, limone ed erba luigia: la sua particolarità è che unisce un prodotto tendenzialmente montano come il burro con la freschezza del limone nostrano e l'eccellenza di una materia prima come lo scampo di Viareggio».

Per garantire un risultato impeccabile nel piatto, Giubbani utilizza i prodotti professionali Debic, come il Burro Tradizionale a base di panna fresca di centrifuga ottenuta da latte vaccino crudo: pratico e versatile, disponibile in pratici formati pensati per la ristorazione, è perfetto per tutte le preparazioni. cod 79481

Per informazioni: **www.debic.com**
www.villaedera.com

Spaghetto Pastificio Agricolo Mancini, burro acido, scampo di Viareggio, erba luigia

Ingredienti (per 4 persone): 240 g di Spaghetto Pastificio Mancini, 15 g polvere di erba luigia, 20 g di **Burro Tradizionale Debic**, 2 g di zeste di limone dell'Orto, 8 foglie di geranio mela verde
Per il burro acido: 200 ml succo di limone dell'Orto, 50 g cipolla bianca, 25 g **Burro Tradizionale Debic**, 10 g pepe nero Sarawak, 20 g zeste di limone bio dell'Orto, 2 g zafferano Az. agr. Stille di Luna, maggiorana, timo, 300 g **Burro Tradizionale Debic**
Per il crudo di scampo di Viareggio: 300 g di scampo di Viareggio, 20 g di olio agli agrumi invernali, 2 g di pepe nero Sarawak

Preparazione
Per il burro acido: appassire la cipolla con il burro. Aggiungere le erbe aromatiche, il pepe tostato e lo zafferano cristallizzato.
Deglassare con il succo di limone e le zeste ed emulsionare con il burro a pomata. Preservare in frigorifero.
Per il crudo di scampo di Viareggio: confezionare un battuto con lo scampo e i suoi condimenti.
Finitura e dressaggio: cuocere gli spaghetti in abbondante acqua salata e farli risottare in pentola con il burro acido.
Mantecarli con del **Burro Tradizionale Debic** ben freddo. Dressare il battuto di scampo sul fondo del piatto; sormontare con gli spaghetti e rifinire con zeste di limone, polvere di erba luigia e le foglie di geranio mela verde. cod 79496

SOTTO LA TOQUE: ACROBATICO, ESUBERANTE, PERFEZIONISTA

PINO ARLETTO

di *Carla Latini*

Pino Arletto è il maestro degli impasti, cresciuto nella tradizione della pizzeria di famiglia dal 1988 e diplomato alla Scuola Italiana Pizzaioli. Oltre 30 anni di esperienza gli hanno consentito di raggiungere importanti traguardi professionali come pizzaiolo, consulente e docente. Nel corso della sua carriera ha ottenuto grandi riconoscimenti tra i quali l'Oscar Qualità e Cortesia del Gambero Rosso, il primo posto al campionato mondiale "Free Style" di Salsomaggiore Terme, di Casa Telethon e del campionato regionale Pabogel. Noto anche per le esibizioni acrobatiche con la pizza, è stato ospite televisivo in importanti programmi Rai e Mediaset e, all'estero, alla BBC di Londra e a Telecinco in Spagna.

Dal 1994 è docente di pizza presso importanti enti di formazione in Italia e all'estero come il Gambero Rosso, la Scuola Italiana Pizzaioli, la Scuola Spagnola Pizzaioli e la Comunità di San Patrignano. Si occupa, inoltre, di consulenza seguendo i clienti in ambiti come l'avviamento di una pizzeria, formazione, preparazione e miglioramento del prodotto, il suo perfezionamento e il condimento. Gestisce e organizza spazi espositivi nell'ambito delle più importanti fiere del settore. A Roma lo scorso anno ha aperto la pizzeria "In Pizza Veritas". Al momento collabora con Molino Dallagiovanna approfondendo miscele e lievitazioni per pane e pizza. cod 79386

- ***Da bambino cosa sognavi di diventare?***

Astronauta

- ***Il primo sapore che ti ricordi.***

Pomodori con il riso

- ***Qual è il senso più importante?***

La vista

- ***Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.***

Purè

- ***Come hai speso il primo stipendio?***

Vestiti

- ***I tre piatti da provare almeno una volta nella vita.***

Amatriciana, cacio e pepe, carbonara

- ***Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?***

Birra

- ***Qual è il tuo cibo consolatorio?***

Gelato

- ***Che rapporto hai con le tecnologie?***

Pessimo

- ***All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?***

Foie gras

- ***Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?***

Belen

- ***Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?***

L'Urlo di Munch

- ***Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?***

"Ti amo" di Umberto Tozzi

Scrocchiarella®
leggera, croccante e digeribile.
bellani.com
Italmill®
+39 030 7058 711
clienti@italmill.com
@italmillspa
w w w . i t a l m i l l . c o m

FARINE DI ALTISSIMA QUALITÀ IL SEGRETO DELLE PIZZE DI SALVATORE MUGNANO

di *Giorgio Lazzari*

Salvatore Mugnano cresce tra farina e forno, spinto da un'irrefrenabile passione per la cucina. Sin dai primi passi l'imprenditore partenopeo intraprende un percorso volto alla crescita professionale e personale presso diverse realtà internazionali della ristorazione. Nel 2008 si trasferisce a Milano, due anni più tardi inaugura Eataly a New York. Nel 2018 prende la decisione di cambiare brand, chiamando i piatti con il suo nome. Da Napoli si è sempre portato dietro fornitori selezionati sul territorio, tra i quali non poteva mancare Mulino Caputo, che dal 1924 offre a professionisti e appassionati dell'Arte bianca farine di altissima qualità, prodotte nel pieno rispetto delle materie prime e della tradizione. Una realtà storica, apprezzata in tutto il mondo grazie al "Metodo Caputo", che preserva al massimo la naturalità e l'autenticità dei sapori.

Autorevolezza, spontaneità e tradizione caratterizzano da sempre la famiglia Caputo, da tre generazioni Maestri Mugnai Napoletani. L'azienda, che dal 1939 ha sede nel mulino di San Giovanni a Teduccio, l'ultimo rimasto nella città di Napoli, utilizza un metodo a macinazione molto lenta, legato all'antica arte molitoria, che consente di ottenere farine di altissima qualità senza danneggiarne gli amidi, le proprietà organolettiche e soprattutto l'autenticità del gusto.

L'arte della pizza da generazioni

Oggi la pizza di Salvatore Mugnano è fatta con la stessa ricetta del 1987 e molte ricette presenti nel suo menu includono segreti che si sono tramandati da generazioni in generazioni, come la pizza nel ruoto, che nasce da una ricetta del 1884. Presto diventa esperto e punto di riferimento per la nota linea di pizzeria "Rossopomodoro", da semplice pizzaiolo di-

venta responsabile della squadra di pizzaioli e inizia a seguire e formare centinaia di pizzaioli che nel tempo sono diventati anche loro esperti del settore. Uno di questi è Davide Civitiello che nel 2013 ha vinto il 12° Trofeo Caputo Pizza Stg diventando il campione del mondo dei pizzaioli.

Nel 2013 Salvatore apre in via Sorresina "Eatery", un ristorante che in breve periodo si afferma con qualità e professionalità del servizio, proponendo una cucina tipica napoletana e impreziosita con piatti innovativi, dove gustare non solo delle straordinarie pizze ma anche piatti per vegetariani o senza glutine.

Apertura a Milano

Nel 2018 decide invece di trasferirsi nel nuovo quartiere City Life e dare non solo ai suoi piatti il suo nome, ma anche a tutto il locale, nasce così "Salvatore Mugnano - Pizza e Passione". Il menu offre una vasta scelta di pizze, con un occhio attento al senza glutine e all'impasto integrale. Una particolarità è la pizza nel ruoto, un impasto alto e morbido cotto in teglia direttamente nel forno. Novità assoluta è anche la scelta del forno: Salvatore decide di abbandonare il vecchio forno a legna e introdurre il forno elettrico Neapolis, che riesce a mantenere alti i parametri di qualità della tipica pizza napoletana ma con un impatto zero per l'ambiente. Oggi Salvatore Mugnano è sempre in prima linea nel suo ristorante, affiancato da validi collaboratori che permettono di offrire un servizio di qualità e dalle alte prestazioni, con la passione che lo ha sempre contraddistinto e che è la forza di tutto il suo successo.

«Sono molto soddisfatto per il percorso lavorativo portato avanti nella mia carriera - commenta Salvatore Mugnano - ho iniziato a 15 anni e dopo tanti sacrifici gestisco tre locali, due a Milano e uno in Sardegna. Ho sempre puntato sulla qualità e sui prodotti del territorio, a partire dalle farine di Mulino Caputo, la mozzarella Mozzarè e i pomodori "Rosso Serafino"».

Tris di locali

A Milano l'imprenditore napoletano gestisce due locali, il "Salvatore Mugnano - Pizza e Passione" di viale Cassiodoro 12, nella zona di City Life, e il "Salvatore Mugnano - Pizza nel Ruoto", che sorge in via Procaccini 73, nella zona Sempione, mentre nei tre mesi estivi si aggiunge l'apertura del "Salvatore Mugnano Sardegna", nella località Maramura di Capoterra, in provincia di Cagliari. cod 79621

Mulino Caputo
Corso San Giovanni a Teduccio 55 - 80146 Napoli - Tel 081 7520566
www.mulinocaputo.it

I MAESTRI RACCONTANO...

L'ARTE DELLA PASTICCERIA DI SAL DE RISO

di ***Fabio Di Pietro***

Il mio legame con la Costiera Amalfitana nasce agli inizi della mia carriera quando, prima ancora di sognare i reparti food & beverage nazionali più prestigiosi, cercavo di studiare e apprendere tecnicamente da ogni singolo professionista che incontravo sulla mia strada. Il mio ambiente naturale era la mixology, ma ho presto capito che il mio amore per questo settore non poteva ridursi ad un singolo reparto.

Quel luogo è rimasto per me un posto magico perché, al di là della sua oggettiva straordinarietà, era ed è una fucina di talenti con una concentrazione pazzesca di veri guru in pochi chilometri. Dai grandi Maestri di sala a quelli della sommellerie, da quelli di cucina a quelli del bar. La possibilità di lavorare in un contesto splendido mi portava a continui confronti (e lavate di capo...) da grandi professionisti coi quali avevo l'opportunità di crescere ed operare gomito a gomito. Le vere opportunità di stimolo però, paradossalmente, mi sono arrivate nei momenti extra lavorativi, dove il mio girare e peregrinare alla ricerca di una spiaggia piuttosto che di un'altra si abbinava sempre alla ricerca di qualcosa o qualcuno di straordinario da scoprire in un laboratorio artigiano. Penso che lì sia nata e che abbia avuto la possibilità di manifestarsi la mia passione per lo scouting.

Ricordo ancora il momento in cui, arrivato per la prima volta in motorino da Amalfi a Minori, fantasticavo sul fatto che fosse soprannominata "la città del gusto". Il mio obiettivo era andare da "Lui", **Sal De Riso**, il Maestro pasticcere per antonomasia in Costiera. Una volta trovato in

The Whynery Journal insieme a Italia a Tavola va alla ricerca delle Maestrie italiane del food & beverage, interagendo con trasformatori, produttori o tecnici del settore, accostandoli e miscelandoli con arte, architettura, cinematografia, teatro, fotografia, pittura e molto altro.

pasticceria (molto difficile all'epoca visti i numerosi impegni mediatici), ha risposto ad ogni domanda fatta da quello che all'epoca era un ragazzino curioso che non aveva lo scopo di intervistarlo, ma semplicemente di apprenderne l'energia e la forza del trasmettere la passione per quella che è un'Arte.

Sono passati molti anni da allora ed il Maestro, ad oggi, ha creato oltre 60 nuovi dolci e uno dei più rappresentativi della sua produzione, la "Torta Ricotta e Pera", è stato addirittura oggetto di studio per la stesura di una tesi di laurea in ingegneria gestionale. Volto noto della Rai, presidente neoeletto di AMPI (Accademia Maestri Pasticceri Italiani), nonostante una brillante carriera trentennale ha deciso di non sedersi sugli allori, riservando ad ogni singola fase del suo lavoro una passione immutata e l'entusiasmo dei primi anni. Costanti aggiornamenti, innovazione nelle tecniche di lavorazione, estrema attenzione nella selezione delle materie prime e una grande comunicatività ne fanno uno dei pasticceri più apprezzati e più amati del panorama nazionale. E non solo. I suoi dolci, infatti, vengono esportati in tutto il mondo: dall'Europa agli Stati Uniti, passando per il Medio Oriente fino all'Australia. «Con le moderne tecnologie produttive e assicurando una perfetta catena del freddo - spiega De Riso - è possibile far arrivare i miei dolci dall'altra parte del mondo, come se fossero appena usciti dal laboratorio di Tramonti, sopra Minori».

Premi e riconoscimenti

Il suo è un percorso talmente ricco di premi e riconoscimenti che citarli tutti sarebbe impossibile, alcuni tra i più significativi gli sono stati assegnati per la maestria artistica, l'impegno nella promozione della tipicità e per i meriti professionali *tout court*.

La mia stima per lui e la volontà di conoscerlo da vicino è nata quando ho letto che, nel 1998, giovanissimo ma già molto determinato, ha rappresentato l'Italia a Montecarlo nel corso della manifestazione "Stravaganza Mediterranea", proponendo i suoi dolci presso la residenza ufficiale del principe Ranieri, e che, nello stesso anno, è stato medaglia d'oro per il "Dolce d'Amalfi". Nel 2000 ha avuto addirittura l'onore di preparare la torta Oro Puro al cioccolato e mandarino in onore di Papa Giovanni Paolo II, arrivando poi ad essere incoronato Pasticcere dell'anno 2010-2011 ("Per la costanza nella ricerca della qualità legata alle tradizioni del territorio Campano e per le grandi capacità imprenditoriali").

Artigiano e imprenditore

Il fatto che nel 2016 sia stato consacrato tra le Stelle internazionali della pasticceria, con l'assegnazione del "Wps - World Pastry Stars", ha confermato la mia ammirazione per un Artigiano che ha saputo fare della sua Maestria un business. Infatti poi, nel 2019, a conferma di come sia capace di affiancare brillantemente una grande maestria tecnica ad una mente fertile nell'affrontare i mercati, De Riso ha ricevuto il "Best Practice Evoluzione del Business", premio alle eccellenze imprenditoriali del food & beverage.

Non ho avuto la possibilità di intervistarlo direttamente e di proposito ma, per realizzare questo articolo, ho giocato con i ricordi di un ragazzino che si sentiva in gioielleria mentre era nella sua pasticceria e che, soprattutto, ha avuto il piacere di parlare non con un "personaggio" ma con un Maestro. cod 79387

Torta Caprese al limone

SANTI PALAZZOLO
LA PASTICCERIA POST-COVID NEL SEGNO DELL'INNOVAZIONE

di ***Benedetta Gandini***

Impossibile parlare di Cassata Siciliana o prelibatezze sicule senza pensare a **Santi Palazzolo**. Pasticcere, accademico e da poco vicepresidente di AMPI (Accademia Maestri Pasticceri Italiani), gestisce la Pasticceria Palazzolo a Cinisi (Pa) che dal 1920 è un'eccellenza siciliana. In tutti questi anni le sfide del mercato sono state vinte con la passione, l'impegno e la volontà di rispondere alle alte aspettative del cliente, come anche la ricerca è stata ed è una costante fondamentale. Ora quale sarà il suo ruolo nelle vesti di braccio destro del presidente Sal De Riso in AMPI? Quali progetti futuri? In che direzione sta andando la pasticceria italiana? Lo abbiamo chiesto direttamente a lui.

Da poco c'è stato un cambio ai vertici AMPI, con la nomina di Sal De Riso a nuovo presidente e tu e Paolo Sacchetti nelle vesti di vicepresidenti. Come vedi questo incarico?

Sicuramente è un ruolo impegnativo ma di grande prestigio. Da più di venti anni sono all'interno dell'accademia, quindi l'ho vista crescere, ho cercato di dare sempre il mio contributo, prima da accademico semplice poi, per un triennio, da membro del consiglio direttivo. Diciamo che ho vissuto tutto quello che è l'accademia a 360° e il suo sviluppo in tutti questi anni. È chiaro che adesso, chiamato personalmente, in un certo senso, insieme al Consiglio direttivo e alla presidenza, a essere guida e dare l'orientamento sul percorso che l'accademia deve fare, è sicuramente una gran-

de responsabilità ma anche un grande onore. La vivo come ho sempre vissuto AMPI, anche perché quando ero un semplice accademico ho sempre espresso la mia opinione e c'era un certo tipo di confronto. Ad oggi, quello che stiamo cercando di fare è allargare un po' più la platea per prendere decisioni contando su una base più ampia di associati.

Quali sono i progetti che state portando avanti attualmente?

Nella prima fase ci siamo concentrati sulla ricostruzione della struttura interna, c'era sicuramente bisogno di riorganizzarci tra di noi e riprendere in mano le cose con grinta e determinazione. Abbiamo costituito diverse commissioni di lavoro in maniera tale da avere anche delle risposte immediate da parte dell'esterno dell'accademia: partner, media, candidati ecc. Abbiamo poi riorganizzato la parte amministrativa di AMPI e stiamo già facendo partire l'organizzazione del primo Simposio che si svolgerà ad ottobre. La nostra attenzione, in questo momento, è incentrata su due aspetti principali: il primo è quello di rilanciare la professionalità dei pasticceri italiani a livello sia nazionale che internazionale, con una forte attenzione sull'aggiornamento professionale; il secondo aspetto è l'attenzione verso i giovani.

Poiché il futuro dell'Accademia è nelle mani dei giovani, su cosa si punterà in particolar modo?

Si va verso la creazione di un "vivaio" giovanile, che ad oggi è abbastanza folto e ben nutrito in quanto ci sono molti giovani che hanno già raggiunto risultati eccellenti ma che dovranno ulteriormente essere formati per poter avere la qualifica di accademico. Per questo, nella fase iniziale, li seguiremo in prima persona. L'altro aspetto importante è che tutti i nostri lavori, tutti i nostri sviluppi professionali non saranno più considerati solo all'interno dell'accademia ma saranno rivolti verso l'esterno. Ad oggi eravamo conosciuti solo fra gli addetti ai lavori. Il nostro cliente, il nostro pubblico di riferimento, chi entra nelle nostre pasticcerie non ci conosce, non sa cosa è e cosa fa AMPI. Puntiamo quindi a una maggiore comunicazione in questo senso, a un maggiore approccio di marketing verso il cliente finale.

Parlando in termini di pasticceria e innovazione, quali sono le tendenze?

Stiamo cercando di seguire e stare attenti a quelle che sono le richieste del mercato. Siamo pasticceri, siamo professionisti ma è pure vero che dobbiamo, in quanto tali, guardare a quelle che sono le esigenze che il mercato ci pone davanti. In questo momento, quello che stiamo cercando di sviluppare è una linea che ponga molta attenzione all'aspetto salutistico dei dolci e riuscire a fare dei prodotti che abbiano una base di eccellenza ma orientata verso la salute. Si devono tenere in considerazione sia le intolleranze sia le allergie, ma anche chi ha idee etiche come il vegetariano, il vegano, ecc. Questo è ciò che stiamo facendo e che nei prossimi mesi porterà ad un'idea più chiara sui prodotti che verranno presentati. cod 79150

> **«Stiamo cercando di seguire e stare attenti a quelle che sono le richieste del mercato. Siamo pasticceri, siamo professionisti ma è pure vero che dobbiamo, in quanto tali, guardare a quelle che sono le esigenze che il mercato ci pone davanti. Si deve quindi tener in considerazione sia le intolleranze sia le allergie, ma anche chi ha idee etiche come il vegetariano, il vegano ecc.»**

Iscritto ad Abi Professional, Alessandro ha girato i migliori cocktail bar d'Europa, ma oggi sogna di tornare alle sue radici, in Toscana. Per lui stare in associazione significa entrare in una grande famiglia

ALESSANDRO FERRETTI

«IL BARMAN DEVE VIAGGIARE, FARE ESPERIENZA E VITA ASSOCIATIVA»

Di **Alessandro Ferretti** ci colpisce subito questo suo modo garbato e fresco, quasi da adolescente; ma già alle sue prime parole si intuisce una buona levatura culturale e professionale. Arezzo, città natale di Alessandro ("Alex" per gli amici), non poteva immaginare che un suo concittadino potesse avere come clienti personaggi noti in tutto il mondo. Ma andiamo per gradi.

Alex inizia come cameriere mentre frequentava un istituto tecnico sperimentale. A 19 anni apre la sua prima attività con i genitori, lo "Sweet Coffee Bar" ad Arezzo. Curiosando nel mondo del bartending e frequentando un corso professionale conosce Paolo Baldini, fondatore e socio benemerito di Abi Professional, e Roberto Giannelli. Consigliato da loro, inizia a girare per fare esperienze e ampliare il suo bagaglio tecnico-culturale. Va quindi in Sardegna, in Costa Smeralda, all'Hotel Palme della Bagaglino Group. Si sposta poi a Milano, al Principe di Savoia. Ha così l'onore di servire alcuni personaggi come Alberto Sordi, Pavarotti, Bruce Springsteen, gli Oasis e Micheal Jackson, ma soprattutto a Milano ebbe l'occasione di conoscere Umberto Caselli, fondatore e presidente onorario Abi Professional, recentemente scomparso.

Fa di nuovo le valigie e va a Londra. Atterra al Savoy Hotel, dove rivede tanti suoi clienti del Principe di Savoia e ne incontra altri, come Lady Diana. Riprende a viaggiare e arriva nella verde Svizzera, al Quirinale di Ginevra. Sempre in Svizzera diventa bar manager al "Le Sources Des Alpes", un 5 stelle con spa.

Forte della sua esperienza, ha di che comunicare, specie a chi muove i primi passi nel settore: «Anzitutto è bene frequentare un corso realmente professionale. Chi ti insegna il mestiere deve avere veramente una grande esperienza nel settore, poi sta a te creare delle opportunità per mettere in pratica gli insegnamenti ricevuti. Altra cosa importante - suggerisce Alex - è entrare a far parte di un'associazione di categoria. Mi sono convinto ad entrare in Abi Professional perché credo che i soci fondatori siano spinti da ideali e valori professionali autentici, come la volontà di migliorare il servizio o il senso di responsabilità nel trasmettere il sapere alle giovani leve»

Altra cosa che i giovani non devono mai smettere di fare è viaggiare, «imparare lingue straniere, cercare di lavorare accanto a professionisti appassionati, ascoltando i loro insegnamenti. Non sono migliori, semplicemente hanno molta più esperienza, proprio quello che serve per crescere». cod 79402

I PERCORSI DEL MOLINO
RIPARTE CON FOCUS SULLE MATERIE PRIME

Molino Grassi rilancia il percorso formativo che si svilupperà in 12 tappe. Pizza, pasta fresca e dolci saranno le tre macroaree approfondite da Cristian Zaghini, Pierluigi Sapiente e Marco Valletta

Confronto, specializzazione, crescita professionale. Queste sono le parole chiave che caratterizzano i nuovi "Percorsi del Molino", la serie di corsi che Molino Grassi terrà presso la sua sede di Parma nella seconda parte del 2021.

Un calendario fitto di appuntamenti e workshop, che vede come docenti e relatori grandi professionisti del settore. Un corso completo dedicato alla pizza tenuto da Cristian Zaghini, un innovativo percorso di livello base sulle preparazioni dei dolci insieme al pasticcere pluripremiato Pierluigi Sapiente, ed un percorso approfondito, dalle basi alle tecniche avanzate, di pasta fresca con il direttore didattico Marco Valletta.

Durante le giornate previste non verranno solamente affrontati argomenti specifici e tecnici di realizzazione impasti, lievitazione, lavorazioni, cotture e ricette, ma verrà anche fornita consulenza a tuttotondo sulla valorizzazione dei prodotti di qualità nella comunicazione, nella vendita e nel servizio al cliente finale, con un focus importantissimo sulla scelta e l'utilizzo delle materie prime, sulle specificità e particolarità di alcune di esse e sull'apporto straordinario che possano dare ai prodotti finiti.

Per maggiori informazioni sui corsi, per iscriversi e per consultare il calendario in continuo aggiornamento, visita la pagina "I Percorsi del Molino" sul sito **www.molinograssi.it**. cod 78983

Il calendario completo dei corsi:

- 13/14/15 settembre - Cristian Zaghini - Percorso Pizza: impasti diretti e indiretti
- 27 settembre - Pierluigi Sapiente - Corso di Pasticceria: la frolla
- 4 ottobre - Pierluigi Sapiente - Corso di Pasticceria: il pan di spagna
- 7 ottobre - Marco Valletta - La pasta fresca
- 11/12/13 ottobre - Cristian Zaghini - Percorso Pizza: il lievito madre
- 18 ottobre - Pierluigi Sapiente - Corso di Pasticceria: la sfoglia
- 25/26 ottobre - Pierluigi Sapiente - Corso di Pasticceria: panettoni e non solo
- 4 novembre - Marco Valletta - Le preparazioni specialistiche per la Pasta Fresca: "Aromatizzazioni e Blend"
- 8/9/10 novembre - Cristian Zaghini - Percorso Pizza: le fermentazioni spontanee
- 15 novembre - Pierluigi Sapiente - Corso di Pasticceria: il bignè
- 25 novembre - Marco Valletta - La gestione degli impasti a base di Pasta Fresca: "Strutture sfogliate e ripiene"
- 29 novembre - Pierluigi Sapiente - Corso di Pasticceria: le masse montate

La pizza è un'arte che nasce dal cuore.

LA TUA PIZZA DAL CUORE ITALIANO

La pizza è un'eccellenza che non accetta compromessi.
Per questo, la gamma **Cirio Alta Cucina** mette a tua disposizione il gusto verace del **pomodoro 100% italiano**, dall'elevata qualità, praticità e resa. Scegli tra il sapore intenso di **Cuor di Pomodoro**, la cremosa dolcezza di **Cuor di Pelato** e la fresca corposità di **Polpadoro**, per offrire ai tuoi ospiti una **pizza a regola d'arte**.

cirioaltacucina.it

IL SALMERINO ALPINO INCONTRA IL PINOT BIANCO SCHULTHAUSER

Introdotto nella sua seconda patria - l'Alto Adige - già nel 1850, il Pinot Bianco è uno dei più importanti vini bianchi della Cantina San Michele Appiano. Imbottigliato per la prima volta nel 1982, lo Schulthauser è oggi tra i più conosciuti Pinot Bianco del panorama altoatesino. Un vino completo, finemente fruttato e fresco, in grado di sedurre il palato. Dal colore giallo paglierino con riflessi verdi, al naso rivela nette espressioni fruttate di mela, albicocca e pera; al palato è intenso ed equilibrato, con una cremosità fruttata che lo rende ottimo come aperitivo e accompagnatore versatile di pietanze.

Un esempio è il "Salmerino alpino con pino mugo, mele e patate affumicate" firmato da Markus Auer, cuoco del Naturhotel Leitlhof di San Candido, un secondo di pesce preparato con materie prime di primissima scelta. Con la sua cremosa morbidezza e la spiccata acidità, il Pinot Bianco Schulthauser è il vino perfetto per unire armoniosamente il gusto deciso della cucina altoatesina con quello più delicato dello stile culinario mediterraneo, combinati in questa ricetta con assoluta maestria dallo chef Markus Auer. cod 79288

Salmerino alpino con pino mugo, mele e patate affumicate

*Ricetta di **Markus Auer**, cuoco del Naturhotel Leitlhof di San Candido*

Ingredienti: 4 filetti di salmerino (ca. 80 g a filetto), 3 cucchiai di burro, 4 punte di pino mugo, sale, 1 mela "Golden Delicius" tagliata a cubetti, 4 patate farinose sbucciate, 80 g di panna, 40 g di burro, 80 g di latticello, 80 g di panna acida, succo di limone q.b., 30 g di farina affumicata con legno di melo

Preparazione: spellare e parare il filetto di salmerino. Condire con una spolverata leggera di sale. Tagliare dalle punte di pino mugo gli aghi, tritarli finemente e mescolarli con il burro. Posizionare il filetto di salmerino su un vassoio e spennellarlo con il burro di pino mugo fatto in precedenza. Successivamente, coprire il filetto con della pellicola trasparente e infornarlo per 8 minuti ad 80°C. Cuocere le patate in acqua salata fino a renderle morbide e affumicarle leggermente con il legno di melo. Dopodiché pressare le patate con uno schiaccia-patate e aggiungere panna, burro e latticello. Condire con sale e pepe a piacimento. Passare bene il composto e successivamente inserire il composto in una bottiglia Isi, aggiungere del gas e tenere al caldo.

Impiattamento: disporre la spuma di patate su un piatto e adagiarci sopra il filetto di salmerino. Successivamente ricoprire quest'ultimo con i cubetti di mela leggermente soffritti ed infine aggiungere della panna acida.

ALTO ADIGE DOC

PINOT BIANCO SCHULTHAUSER

Un vino completo, finemente fruttato e fresco, in grado di sedurre il palato sia per la cremosa morbidezza, sia per la spiccata acidità. Giallo paglierino con riflessi verdi, al naso nette espressioni fruttate di mela, albicocca e pera. Al palato è intenso ed equilibrato con cremosità fruttata. Vigneti in zona "Schulthaus", sopra Castel Moos ad Appiano Monte (540-620 m) con esposizione a Sud/Est, terreni ghiaiosi a contenuto calcareo e presenza di argilla. Forma di allevamento Guyot e Pergola. Tipico vino da aperitivo, ma anche versatile accompagnatore di pietanze: è consigliato tanto sui frutti di mare e il pesce in generale, quanto su piatti delicati di selvaggina di piuma.

Cantina Produttori
San Michele Appiano
via Circonvallazione 17-19 - 39057
Appiano sulla Strada del Vino (Bz)
Tel 0471 664466 - **www.stmichael.it**

AGNELLI SINCE 1907

PIÙ VALORE ALL'OSPITALITÀ, CON LA STESSA PASSIONE DI SEMPRE

HOSPITALITY PROFESSIONAL 2022

Pentole Agnelli
FASA
Bbpro
Polyscience
Agnelli Selection
Hollowick
Cambro
Menut
Hamilton Beach
Kitchen Aid
Probbax

Agnelli Since 1907 promuove i prodotti per Horeca e Foodservice e comprende Pentole Agnelli, Fasa Pentole, Pentole Agnelli Usa, Agnelli Complements, Saps Agnelli Cooking Lab e #NONTOCCATEMILAPADELLA

A questo settore, che si è sempre impegnato per diffondere una cultura dell'ospitalità, speciale ed eccezionale, come lo è quella italiana, la famiglia Agnelli di Bergamo ha pensato di dedicare un nuovo brand, Agnelli Since 1907, che incorpora l'unione di diverse realtà, uniche per competenza, esperienza e servizi, oltre che di qualità superiore nei prodotti che propone. Agnelli Since 1907, infatti, concentra uomini, professionalità, risorse, prodotti ed esperienze, al servizio dei professionisti dell'accoglienza per un'offerta a 360°.

Agnelli Since 1907 è il marchio, creato dal Gruppo Agnelli di Bergamo, che promuove i prodotti dedicati al comparto Horeca e al Foodservice. Comprende le aziende e i prodotti di Pentole Agnelli, di Fasa Pentole e di Pentole Agnelli Usa, oltre ad Agnelli Complements e alla realtà di formazione Saps Agnelli Cooking Lab e a quella di comunicazione e informazione culturale #NONTOCCATEMILAPADELLA.

«Abbiamo voluto creare attorno al brand Agnelli Since 1907, una galassia di realtà specializzate in prodotti e in servizi di alta qualità in tutte le sue forme - dice **Angelo Agnelli**, titolare delle aziende che fanno capo ad Agnelli Since 1907 - un progetto che, negli ultimi anni, è cresciuto in maniera costante e misurata, dando vita ad un'offerta che racchiude oltre 100mila referenze che si rivolgono al professionista del comparto dell'accoglienza. Agnelli Since 1907 è quindi il brand che identifica l'offerta produttiva e commerciale del Gruppo Agnelli, per offrire prodotti di alta qualità, pratici e funzionali, dallo stile impeccabile, con un servizio celere e professionale. Prodotti specifici creati e ricercati da esperti del settore e concepiti per lavori di alto stress di utilizzo».

«Crediamo - aggiunge Angelo Agnelli - che sia giunto il momento di rinnovare la nostra identità che negli anni è cresciuta grazie alla nostra credibilità, esprimendo tutto il nostro valore professionale attuale, riconosciuto dai professionisti della ristorazione e dell'accoglienza. Agnelli Since 1907 riporta la data di fondazione della prima nostra impresa e vuole trasmettere la grande eredità storica, ma anche la nostra reputazione ultracentenaria, oltre che la nostra proiezione verso il futuro. Agnelli Since 1907 rappresenta il connubio perfetto tra professionalità, tradizione e innovazione, ed esprime la personalità dei diversi brand del Gruppo Agnelli dedicati al comparto Horeca». ➔

Agnelli Complements, attrezzature per l'Horeca

Agnelli Complements offre un catalogo di articoli utili al mondo delle forniture alberghiere e della ristorazione professionale, puntando sempre al top qualitativo di tutte le sue referenze. Una ben organizzata struttura logistica permette inoltre, alla clientela Agnelli Complements, di poter fare ordini senza grossi impegni in termini economici e di avere una vasta scelta dei prodotti offerti in pronta consegna. I brand che compongono il corpo di Agnelli Complements sono: BBPro, Polyscience, Agnelli Selection, Hollowick, Cambro, Hamilton Beach, Menut, Kitchenaid e Probbax. Si tratta delle migliori aziende internazionali che si distinguono, nel comparto della produzione di attrezzature per l'Horeca, in originalità, unicità di prodotti, tecnologie avanzate, facilità di utilizzo e di manutenzione, oltre a garantire referenze affidabili, certificate, di facile impiego, resistenti e "durature".

La vasta gamma dei prodotti Agnelli Complements è all'avanguardia, in grado di aiutare i cuochi a risparmiare tempo e denaro, organizzare al meglio il proprio lavoro e trovare nuovi modi di esprimere la propria creatività. «La volontà della famiglia Agnelli - spiega **Matteo Grossi**, responsabile vendite di Agnelli Complements - è sempre stata quella di offrire ai propri clienti, che da decenni scelgono strumenti professionali Pentole Agnelli e Fasa, un servizio sempre più ampio costituito di prodotti eccelsi scelti nel mondo. La fermezza con la quale abbiamo deciso di offrire e distribuire vari brand al fianco dei nostri manufatti ci ha portato negli anni nuove opportunità lavorative, confermando l'ottima strategia che ad oggi risulta essere ancora vincente».

Pentole Agnelli, da 115 anni strumenti di cottura made in Italy

«Ogni cottura vuole il suo strumento diverso per forme e materiale». Più di una formula di successo, una vera e propria filosofia, che Pentole Agnelli ha saputo affermare fin dai suoi esordi e che oggi, dopo oltre 110 anni, porta avanti perfezionandola. L'azienda, che rappresenta l'eccellenza delle pentole professionali in Italia, per la sua naturale vocazione a produrre pentole in grado di soddisfare gli chef più esigenti, con le sue diverse collezioni di pentole, risponde quindi in maniera naturale alla domanda sempre crescente di chi cerca una pentola Agnelli per cimentarsi, con sapienza, in eccezionali preparazioni culinarie.

Tutte le collezioni di Agnelli seguono la stessa filosofia di produzione di qualità ancora oggi contraddistinte dalla lavorazione artigianale del prodotto. Oggi **Baldassare Agnelli** e il figlio Angelo, rispettivamente terza e quarta generazione della famiglia alla guida dell'azienda, parlando della pentola descrivono la sua filosofia: «Per noi - afferma Baldassare - dietro la pentola c'è tutto. C'è il presente, c'è il futuro, ma soprattutto c'è la nostra storia. Un'azienda che ha oltre un secolo di storia, siamo nati insieme alla ristorazione italiana». «Negli anni - continua Angelo - abbiamo seguito e accompagnato gli chef adattando gli strumenti di cottura alle esigenze della ristorazione. Insomma, nel mondo della ristorazione non ci sentiamo solo partner ma anche e soprattutto complici».

Pentole Agnelli ha investito sulla tradizione coniugandola con l'innovazione. Ha lavorato sullo strumento di cottura dando il suo apporto alla cucina italiana. Se la pentola è quella giusta si riesce non

solo a trattare il cibo nel modo migliore, ma a nobilitare la materia prima che si sta preparando. Cresciuta di pari passo alla ristorazione italiana, Pentole Agnelli, in oltre un secolo di storia, è sempre riuscita - spesso anticipando i tempi - a dare forma alle esigenze dei cuochi lavorando con loro in sinergia. Pentole con spessori professionali dalle più elevate doti tecniche che vanno dalla leggerezza del peso specifico del materiale, alla resistenza agli urti, dalla capacità di evitare shock termici al cibo, fino ad arrivare ai trattamenti antiaderente di altissima durevolezza, sicuri, facili nella pulizia e per un'alimentazione a basso contenuto di grassi.

Agnelli Usa, per promuovere l'identità e la cultura degli strumenti di cottura oltreoceano

«Pochi linguaggi sono davvero globali come quello dei sapori», afferma **Angelo Agnelli**. «E che l'internazionalizzazione passi per lo stomaco è un concetto che tutti noi abbiamo conosciuto, assaggiando una pizza o bevendo un caffè durante un viaggio all'estero. Nulla più del cibo unisce popoli e culture. Se si parla poi di mangiare bene, la cucina italiana gode all'estero di un indice di gradimento che fatichiamo a immaginare, noi che siamo abituati ogni giorno ai sapori di casa nostra. Anzi, nel "Made in Italy" è sicuramente la cucina a rappresentare l'anello forte della catena: una punta dell'eccellenza, con pochissimi rivali al mondo».

In sintesi, è questa la ricetta che ha portato la famiglia Agnelli a fondare, nel 2013, Agnelli Usa: per promuovere il Made in Italy di Pentole Agnelli nel territorio americano. Agnelli Usa adatta fedelmente il catalogo della produzione Agnelli ad un mercato dinamico, partendo da New York, dove la comunità italiana e in particolare nel settore food è presente e radicata nella promozione e divulgazione della cultura del cibo e tradizione italiana. La sua mission è promuovere l'identità e la cultura degli strumenti di cottura prodotti nella fabbrica di Lallio (Bg), spesso lavorando fianco a fianco con gli operatori dell'hospitality d'oltreoceano per trovare la soluzione adeguata al cliente con l'esperienza di un'azienda centenaria ma l'energia giovane del Gruppo Agnelli.

Fasa Pentole, dal 1960 strumenti di cottura per i professionisti

L'azienda Fasa Pentole, che fa parte delle realtà che fanno capo ad Agnelli Since 1907, nasce negli anni '60 come piccola azienda artigiana per la fabbricazione di pentole in alluminio per cucine professionali. Negli anni immediatamente successivi si sviluppa con successo, nell'intento di coprire ogni esigenza del settore, mettendo a punto il suo assortimento e rafforzando l'elemento di artigianalità che l'ha sempre contraddistinta nella sua produzione. Le fasi di lavorazione dei prodotti Fasa Pentole vengono seguite fin dalla scelta delle materie prime, attraverso il controllo dell'intera filiera produttiva, dedicando la massima attenzione alla qualità finale. L'azienda Fasa Pentole attua il Sistema di gestione per la qualità in accordo ai requisiti della norma UNI EN ISO 9001:2015, per la quale è stata certificata, e aderisce al programma europeo Affg (Aluminium for future generation) e CentroAl Alluminio in Cucina, il consorzio dei produttori di pentole professionali.

Tutti gli articoli di Fasa Pentole sono garantiti per alimenti e sono ➜

Baldassare Agnelli

rispondenti alle vigenti disposizioni di legge italiane ed europee (in particolare al DL n.155/97 in attuazione delle direttive CEE 99/43 e 96/3 Haccp), difendendo così i valori della cucina e della tipicità e cercando di coniugare il progresso e la tecnologia con il rispetto della salute e del benessere dei consumatori, oltre che la tradizione gastronomica italiana ed internazionale. Ancora oggi Fasa Pentole rimane uno dei brand più apprezzati e utilizzati dai professionisti della cucina, sviluppando costantemente numerosi rapporti di collaborazione con diversi istituti alberghieri di tutta Italia e con alcune delle più importanti scuole di cucina professionale private. Inoltre, Fasa Pentole, come Pentole Agnelli, si fregia del marchio "Approvato Fic" (Federazione italiana cuochi), a garanzia della qualità espressa dalle proprie pentole.

«Con Fasa Pentole - sottolinea **Baldassare Agnelli** - esprimiamo professionalità solide e profonde radicate nel passato e guardiamo interessati al futuro per essere sempre al passo coi tempi, oltre che essere costantemente concentrati sullo sviluppo delle nostre tecnologie produttive e innovative al fine di rafforzare sempre di più la posizione di mercato».

Saps Agnelli Cooking Lab, ogni tecnica di cottura vuole il giusto strumento

L'idea che la famiglia Agnelli in prima persona ha sostenuto e alimentato negli anni è la difesa prima di tutto di una cultura gastronomica, del mangiare bene e dell'interpretare l'arte del cucinare quale espressione di gesti, forme e strumenti che derivano da esperienze tramandate nel tempo, costituendo elemento essenziale, tanto quanto gli ingredienti, del successo di un piatto. Agnelli Since 1907 vuol dire quindi anche formazione che la famiglia mette a disposizione per il mondo dell'accoglienza. Nel 2002 infatti è nato il Centro Ricerca e Formazione Saps Agnelli Cooking Lab, un luogo attrezzato di tutto punto che è diventato nel tempo un punto di riferimento importante per rinomati professionisti, sperimentatori e gourmet di ogni genere che vogliono informarsi e rinnovare la loro cultura in cucina.

In Saps Agnelli Cooking Lab, attraverso un calendario di Seminari formativi, si possono sperimentare tutte le diverse tecniche di cottura, da quelle

Danilo Amigoni durante una lezione in Saps Agnelli Cooking Lab

Il manifesto per la promozione culturale della padella e la tutela della vera cucina italiana

#NONTOCCATEMILAPADELLA®

Dedicato all'attrezzo, alleato d'eccellenza in cucina, sintesi della fatica, della tecnica, della scienza, della capacità di trasformare il cibo e dare gusto.

1. La padella è il primo e unico strumento di cottura veramente necessario nella cucina italiana
2. La padella è l'elemento che racchiude in sé la prima vera caratteristica della nostra tradizione culinaria: la dinamicità.
3. La padella è il luogo in cui un cibo ne incontra un altro dando vita a piatti unici
4. La padella è dove si celebra l'alleanza tra cuoco, cibo e fuoco
5. La padella è tutela del cibo, preservare le materie prime significa cuocerle nel rispetto delle loro specificità
6. La padella è cultura del cibo e della sua condivisione gioiosa
7. La padella è l'essenza del cucinare, il posto dove il cibo acquista sapore
8. La padella è il luogo dove l'estro e la tecnica incontrano innovazione e tradizione
9. La padella è il primo strumento con cui si approccia chi si avvicina alla cucina
10. La padella è focolare domestico e cucina stellata

in pentola fino a quelle più elaborate. «Per la famiglia Agnelli - spiega **Danilo Amigoni**, responsabile della formazione - Saps Agnelli Cooking Lab rappresenta il vero progetto per restare in contatto e dialogare quotidianamente con cuochi professionisti, per confrontarsi e aggiornarsi sulle evoluzioni delle tecniche di cottura professionali».

Un manifesto, un movimento culturale d'avanguardia

Per rimarcare il valore culturale e professionale che sta dietro alla professione di un cuoco e a salvaguardia e sensibilizzazione della vera Cucina, Agnelli Since 1907 comprende anche il primo Presidio "non food" o "pro-food": #NONTOCCATEMILAPADELLA.

Un manifesto, ma anche un movimento culturale d'avanguardia per legittimare l'atto culturale del cucinare. L'informazione che ruota attorno al tema cucina e su come produrre o replicare le ricette è da sempre molto semplificata e approssimativa e in una società in cui si conosce il prezzo di ogni cosa e il valore di nessuna anche una fatica e una gioia umana antichissima come la cucina rischia di essere ridotta miseramente a semplici cifre.

Dietro lo spadellare, l'arrostire, il mantecare, il friggere, emergono infatti meccanismi che determinano la riuscita di una ricetta se gli strumenti di cottura, di cui ci serviamo quotidianamente, sono adoperati correttamente.

«Cucinare - conclude **Angelo Agnelli** - è scienza, è arte, è maestria, a volte anche una fatica, ma soprattutto è cultura. E solo con la cultura si fa formazione». cod 79610

Pentole Agnelli
via Madonna 20 - 24040 Lallio (Bg)
Tel 035 204711
www.pentoleagnelli.it

Angelo Agnelli

VIENI A TROVARCI A
host Milano
INTERNATIONAL HOSPITALITY EXHIBITION
PAD 1 - C03

SANELLI PARTNER TECNICO DELLA BOCUSE D'OR ITALY ACADEMY

Coltellerie Sanelli, grazie ai numerosi prodotti all'avanguardia e alla continua ricerca della qualità e del miglioramento di tutti i suoi articoli, collabora da sempre con le scuole alberghiere, le scuole di cucina e le associazioni di categoria, poiché è convinta che le sinergie conducano a risultati efficaci, utili per tutti i soggetti impiegati nel settore della ristorazione. Le collaborazioni con le maggiori associazioni italiane e internazionali, quali Fic (Federazione italiana cuochi) ed Euro-Toques sono un investimento nel quale Sanelli ha creduto e continua a credere, proseguendo la collaborazione con il mondo della cucina e degli chef che si impegnano per far crescere la cultura gastronomica italiana nel mondo.

Sanelli ha recentemente finalizzato una nuova importante collaborazione, diventando partner tecnico della Bocuse d'Or Italy Academy, supportando il team italiano con la più conosciuta ed apprezzata linea Premana Professional, per raggiungere insieme gli obiettivi di promozione del territorio e della cucina italiana nel mondo, la valorizzazione delle professionalità e la creazione di interessi intorno al Made in Italy, uno dei punti di forza e di credo che Sanelli segue fin dal 1864!

Le competizioni del Bocuse d'Or si svolgeranno all'interno del più grande salone internazionale per il settore Horeca d'alta gamma, il Sirha, un evento che quest'anno è ancora più atteso date le circostanze che il pianeta si è trovato a vivere. Un segnale di ripresa e riconquista che inaugura una nuova stagione per la ristorazione post-Covid. La finale 2021 del Bocuse d'Or si annuncia ricca di novità e più che mai rinnovata. Il contesto inedito nel quale si è trovato a vivere il mondo della ristorazione ha spinto gli chef a creare una catena solidale senza precedenti e l'edizione 2021 del Bocuse d'Or è a loro dedicata.

In gara saranno presenti 23 squadre provenienti da tutto il mondo: Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Ungheria, Islanda, Italia, Norvegia, Svizzera, Svezia, Indonesia, Giappone, Singapore, Tailandia, Marocco, Tunisia, Cile, Colombia, Costa Rica, Equador, Uruguay, Nuova Zelanda, Russia. La giuria del Bocuse d'Or sarà composta da 24 chef, uno per ogni Paese partecipante, divisi in due gruppi da 12, oltre alla giuria di presidenza composta da due più importanti chef al mondo e da Jerome Bocuse. cod 79652

Coltellerie Sanelli
via Risorgimento 67, loc. 4 Venti - 23834 Premana (Lc) - Tel 0341 361368
www.sanelli.com

BIOMASTER
PROTEZIONE ANTIBATTERICA SICURA

Sanelli e Biomaster hanno sviluppato una protezione antibatterica permanente per i manici dei coltelli della linea Premana Professional. Si tratta di un additivo a base di ioni d'argento, inorganico e idoneo per il conferimento di caratteristiche antibatteriche alle materie plastiche. L'additivo Biomaster fornisce un rilascio di ioni d'argento che inibisce in modo sicuro la crescita microbica già dai primi minuti, arrivando ad una inibizione pressoché totale nelle 24 ore. Una volta incorporato in un prodotto, Biomaster ne diventa parte integrante, fornendo una protezione antimicrobica sicura, efficace e inesauribile.
Gli ioni d'argento inibiscono la crescita dei batteri nocivi, bloccandone la replicazione attraverso meccanismi battericidi. Biomaster è incredibilmente resistente, di lunga durata ed eccezionalmente attivo, è efficace in tutte le applicazioni e viene aggiunto direttamente nella mescola plastica del TPE nella fase del processo produttivo, offrendo efficacia antibatterica permanente per tutta la vita del manico del coltello. Gli ioni d'argento sono una sostanza inorganica, non subiscono alcuna diluizione o perdita di attività con il passare del tempo, rimanendo sempre attivi all'interno del prodotto nel quale sono stati inseriti. Pertanto, l'azione di rilascio del suo principio attivo garantisce la massima efficacia nel manico per tutta la vita del prodotto. Test di laboratorio hanno dimostrato che Biomaster, inserito nei manici dei coltelli Sanelli della linea Premana Professional, è efficace nella eradicazione microbiologica permanente di Escherichia coli e Staphylococcus Aureus (Mrsa) in misura del 99,7% ottenendo la certificazione ISO 22196:20111.

TAP DI TECNOINOX
SUPPORTA IL LAVORO DEL PANETTIERE

Antonio Folladore è l'innovativo panificatore di Pordenone che ha trasformato il panificio di famiglia (fondato nel 1968) in un moderno laboratorio premiato con i "Due Pani" dalla Guida Pane & Panettieri d'Italia 2022 del Gambero Rosso. Il laboratorio di 1.200 mq, con una trentina di collaboratori, serve due magnifici punti vendita nonché decine di clienti italiani ed esteri grazie alle linee "gelo" e in "atmosfera modificata". Tecnoinox ne ha supportato lo sviluppo con i forni digitali Tap.

«I vantaggi conseguiti con l'acquisto dei due forni Tap Tecnoinox sono stati immediati - spiega Follador - abbiamo risolto le anomalie riscontrate con le attrezzature precedenti, migliorando le nostre performance grazie all'affidabilità dei forni Tecnoinox. Tap è semplicissimo da utilizzare. Con la sua interfaccia digitale intuitiva posso impostare i parametri di cottura, avendo la fondamentale garanzia che ci sarà uniformità di cottura, che per noi panettieri e per i pasticceri è l'aspetto principale».

«Con Antonio Follador c'è stata sintonia immediata - racconta **Mario Giacomini**, amministratore unico di Tecnoinox - una volta comprese le sue esigenze e stabiliti gli obiettivi, effettuato il sopralluogo tecnico, è stato agevole individuare nei forni Tap la soluzione che offre massima affidabilità e semplicità d'uso e, allo stesso tempo, assicura all'attività del Panificio un guadagno concreto in termini di efficienza e flessibilità».

Antonio Follador

Il forno Tap per gastronomia, con boiler integrato, ha trovato la sua utilizzazione elettiva in tutte le cotture con vapore, in sottovuoto e a bassa temperatura con sonda. Tap Pastry, invece, è impiegato nella produzione di pasticceria e per la finitura delle basi per pizza.

«Tap è il forno che stressiamo di più perché lavora quasi costantemente a temperature intorno ai 240°C. Con Tap possiamo gestire con la massima precisione l'umidità e questo ci serve per aiutare lo scioglimento della mozzarella e a rendere croccanti le basi pizza», puntualizza **Luca Sacilotto**, chef e braccio destro di Antonio Follador. «Aggiungo anche che abbiamo riscontrato un risparmio di materia prima, minimizzando il calo di peso. Inoltre, abbiamo avuto un significativo risparmio nei consumi di acqua ed energia, senza contare la comodità del programma di lavaggio, che ci agevola molto nel fine servizio, al termine della giornata».

L'acquisto è stato agevolato dalla conformità di Tap ai requisiti del Piano Industria 4.0, che consente la messa in rete dei forni e l'accesso al credito d'imposta del 50%. cod 78654

Tecnoinox
via Torricelli 1 - 33080 Porcia (Pn)
Tel 0434 920110
www.tecnoinox.it

SCULTURE DI LUCE SCOLPITE NEI CALICI E BICCHIERI RCR

Collezione Etna

RCR Cristalleria Italiana è l'industria del cristallo ecologico che nel mondo dell'arredo tavola è in grado di offrire l'eccellenza in tutti i segmenti e con tutte le tecniche produttive

La nuova collezione Etna di RCR Cristalleria Italiana è ispirata dalla potenza dell'eruzione del vulcano Siciliano. La perfetta imperfezione della natura è scolpita sui bicchieri e sui calici: la luce si riflette sui tagli e si moltiplica su vari livelli, esaltando l'eccezionale trasparenza del Cristallo Ecologico Luxion®. Etna è una linea completa di bicchiere da acqua e da long drink, calice da acqua, da vino bianco e rosso e il flûte per le bollicine. Arricchisce tutte le apparecchiature, da quelle classiche alle più stravaganti, regalando personalità alla tua tavola, durante le feste come per ogni giorno dell'anno.

Rivoluzione nel mondo mixology

Tattoo Mule è un prodotto non convenzionale nato per il Moscow Mule, che grazie alla sua estrema versatilità può accompagnare ogni momento della giornata. Il Cristallo Ecologico Luxion® garantisce il mantenimento della temperatura 5 volte più a lungo delle tazze in rame, rendendolo perfetto per bevande sia fredde che calde. Il materiale trasparente porta numerosi vantaggi, come la possibilità di ammirare il cocktail anche dal punto di vista estetico, l'ideale per i mixologist più creativi.

Tattoo Mule è il protagonista indiscusso dei banconi dei locali più all'avanguardia nonché vincitore del premio Smart Label Host Innovation Award 2021, il riconoscimento dedicato all'innovazione nell'ambito dell'ospitalità professionale promosso da Host a FieraMilano, in partnership con POLI.design e patrocinato da Adi, Associazione per il Disegno Industriale.

L'arte del tatuaggio impreziosisce la tavola

La linea Tattoo Tableware ha tutte le referenze necessarie per comporre un'apparecchiatura completa, per le tavole più alternative e grintose, dal bicchiere da acqua fino alla bottiglia da vino. La linea si ispira all'arte del tatuaggio e il decoro rappresenta un'innovazione formale, oltre che tecnologica.
Naturalmente in Cristallo Ecologico Luxion®. cod 79650

RCR Cristalleria Italiana
loc. Catarelli - 53034 Colle di Val d'Elsa (Si) - Tel 0577 910111
www.rcrcrystal.com

LAVASTOVIGLIE MEIKO
AL SERVIZIO DEI PROFESSIONISTI CON SOLUZIONI INNOVATIVE

Da oltre 90 anni Meiko è il partner d'eccellenza e punto di riferimento di tutte le attività ricettive e ristorative. Igiene certificata, sostenibilità e alta qualità sono i punti cardine della filosofia e visione di Meiko, elementi che lo hanno portato a diventare un partner efficace, tecnologico e sicuro per il settore Horeca e non solo.

Igiene "made by Meiko"

Igiene e sicurezza prima di tutto: tecnologia, progettazione, utilizzo e assistenza. Sicurezza per i clienti, l'attività e lo staff, garanzia del prodotto. Esperienza e innovazione sono alla base della competenza in materia di igiene, che viene applicata a tutte le soluzioni Meiko, qualunque sia il prodotto: tecnologia di lavaggio e disinfezione nel settore sanitario, lavastoviglie professionali, complessi impianti di lavaggio stoviglie o impianti di trattamento e riciclo intelligente dei rifiuti alimentari.

Sostenibilità e innovazione

Meiko ha pubblicato il suo primo rapporto sulla sostenibilità. «Pensare e agire con una prospettiva a lungo termine in modo sostenibile sono qualità innate di Meiko», ha affermato **Stefan Scheringer**, membro del Consiglio di amministrazione della Fondazione. Meiko, fonte del pulito e della sostenibilità, influisce sui mercati e sulle persone, di generazione in generazione, senza porsi limiti.

Con la strategia delle "3 P", Meiko si avvicina sempre di più alla visione di una produzione ad emissioni zero entro il 2025: prodotto, produzione e partecipazione sono le tre colonne portanti della strategia di sostenibilità di Meiko.

Gli obiettivi di sostenibilità interessano ben 5 aree importanti: innovazione del prodotto, infrastruttura, trasporti, conoscenza e formazione. A ciò si aggiungono collaborazioni e partnership accu-

ratamente selezionate con l'obiettivo di migliorare il nostro impatto sul clima, il consumo dell'energia e la compensazione della CO_2. Questi nuovi obiettivi hanno portato già ad un grande risultato: soluzioni Meiko per il lavaggio delle stoviglie riutilizzabili.

La lavastoviglie a nastro personalizzato M-iQ vanta già una lunga esperienza, utilizzata e collaudata da grandi professionisti di tutto il mondo per i loro bicchieri riutilizzabili come un modo per evitare i rifiuti di plastica causati da stoviglie monouso. Una soluzione ecologica, green, che aumenta il contributo positivo di Meiko nei confronti dell'ambiente: sostenibilità abbinata al risparmio!

Ultimo fiore all'occhiello: il nuovo cesto lavabottiglie brevettato Meiko. Plastic free è diventata la parola d'ordine nel mondo Horeca, ed ecco che una lavastoviglie Meiko si trasforma con pochi gesti e in pochi secondi in una lavabottiglie. In questo modo è possibile lavare fino a 640 bottiglie e caraffe in vetro in un'ora risparmiando risorse preziose in ogni ambiente di lavoro.

Alta qualità e rispetto delle norme igieniche

Le lavastoviglie e i sistemi di lavaggio Meiko non solo rimuovono efficacemente lo sporco, ma sincronizzano perfettamente la durata, l'azione meccanica, i prodotti chimici e la temperatura del ciclo di lavaggio in modo da eliminare efficacemente virus e batteri. Tutte le macchine rispettano le normative igieniche internazionali per il lavaggio nella ristorazione (DIN 10510, DIN 10511, DIN 10512, DIN SPEC 10534) e garantiscono l'efficace eliminazione di virus come il Covid-19.

Oggi una Meiko è fatta per durare almeno 10 anni. Quelle future dureranno ancora più a lungo, più (inter)connesse e più sostenibili, grazie a fattori come:

- efficienza ottimale delle risorse;
- strutture a doppia parete che riducono al minimo i consumi superflui;
- riciclabilità al 90%;
- servizio di assistenza tecnica a 360°;
- reperibilità dei ricambi garantita per 20 anni;
- riparabilità che assicura il mantenimento del valore prodotto nel tempo;
- linea di prodotti chimici Meiko Active personalizzati per il singolo cliente;
- design ergonomico che migliora le condizioni di lavoro preservando lo stato di salute dei dipendenti.

Premi un semplice pulsante: un tocco e tutto ha inizio. cod 79325

Puoi vedere tutto a Host Milano 2021: Meiko - pad. 11, stand B28-C27.

Meiko Italia
via E. Gallo 27, Z.I. Chind - 10034
Chivasso (To) - Tel 011 9190211
www.meiko.it

STAFF ICE SYSTEM
TRE NUOVI MANTECATORI

La gamma di mantecatori orizzontali da banco firmata Staff Ice System si compone di tre modelli: un mantecatore elettromeccanico HTE 200 (SmartGel Time Control), un mantecatore elettronico HTX 200 (Smart Gel Ad-Hoc) e una macchina combinata RHT 4/20 (Smart Mix Combined). Dotate di un mantecatore di ultima generazione, ecologico e personalizzabile, queste macchine sono semplici, intuitive e permettono di produrre gelati, sorbetti e granite anche ai meno esperti, risolvendo i problemi di spazio e andando incontro alle esigenze di chi desidera preparare ridotte quantità di prodotto.

RT51

Tra i numerosi plus, sicuramente non passerà inosservato l'accoppiamento diretto che, eliminando le cinghie, riduce al minimo i rumori dovuti all'oscillazione e alle vibrazioni. La bocca di uscita del gelato è di dimensioni più grandi della media con lo scopo di surriscaldare il meno possibile il gelato stesso e garantire al tempo stesso una qualità superiore. Nella versione combinata, inoltre, è dotata di una vasca superiore dove poter scaldare il prodotto. Il computer di bordo include 52 programmi grazie ai quali è possibile lavorare in modo semplice e automatico con parametri preimpostati o in modo manuale.

RT51, più piccola di così è impossibile trovarla!

Unica al mondo per le ridotte dimensioni, Staff Ice System firma un altro

R 51

gioiello, la RT51 è la compagna ideale di ogni pastry chef, poiché consente di realizzare le ricette con massima cura dei dettagli, minimo ingombro, facilità di utilizzo e garantendo alta qualità anche nelle ridotte quantità. È capace di mantecare fino a 2 litri di gelato e di pastorizzare e cuocere fino a 5 litri, consentendo la preparazione di un'infinità di prodotti, tra cui: gelati, semifreddi, torte, granite, crema pasticcera, pasta choux, gelatine, confetture, marmellate, yogurt, panna cotta, mousse, marshmallow, nappage, riso per pasticceria, besciamella, polenta, vellutate e tanto altro.

La RT51 è una moderna e vantaggiosa innovazione nel mondo delle preparazioni alimentari artigianali, che consente a ogni pastry chef di realizzare le proprie ricette in maniera rilassata, senza preoccuparsi di mescolare il preparato e con la certezza che la multifunzione penserà a tutto per ottenere un prodotto di qualità. La macchina consente di valorizzare le caratteristiche organolettiche delle preparazioni, dal momento che il ciclo di pastorizzazione utilizza temperature inferiori alla classica bollitura. Inoltre, la tecnologia Inverter permette di regolare la velocità dell'agitatore in ogni fase, di controllare la perfetta consistenza delle tue preparazioni e di proteggere la trasmissione meccanica e il motore, ottimizzando così il consumo di energia.

SmartMix RHT4/20, la combinata piccola e affidabile

La RHT4/20 è una delle ultime creazioni nate nei laboratori Staff, una macchina combinata che arricchisce la già innovativa linea SmartMix. Una macchina di ultima generazione che si candida ad essere la protagonista in ogni laboratorio di pasticceria per la sua semplicità di utilizzo e l'affidabilità nella realizzazione di ogni ricetta. I suoi plus sono davvero tanti, basti pensare che è composta da due vasche che possono lavorare contemporaneamente: la vasca superiore ha la sola funzione di riscaldamento, mentre quella inferiore è un mantecatore con regolazione "ad hoc" della corretta consistenza della miscela.

RHT4/20

Il trasferimento della miscela dal cilindro superiore a quello inferiore avviene attraverso una valvola a farfalla in acciaio inox, perché anche la cura del dettaglio e la scelta di materiali di prima qualità fanno parte del dna dell'azienda riminese. La vasca superiore è dotata di un doppio coperchio trasparente, molto utile per inserire gli ingredienti con l'agitatore in movimento; mentre i raschiatori autoregolanti in POM permettono una perfetta pulizia della vasca.

Belle nel design, curate nei dettagli, innovative nelle funzioni, rispettose dell'ambiente grazie alla tecnologia Inverter sviluppata in collaborazione con Toshiba: chi prova le nuove macchine Staff Ice System non le lascia più! cod 79682

Staff Ice System
via Anna Frank 8 - 47924 Rimini
Tel 0541 373250
www.staff1959.com

DISPENSER DARBO
L'INNOVAZIONE TRASFORMA IL BUFFET DELLA COLAZIONE

Design accattivante e massima funzionalità, il connubio perfetto che conquista ospiti e personale di sala. Darbo Dispenser è il nuovo sistema di dosaggio per creme di frutta e miele che rende il buffet della colazione ancora più invitante e funzionale. Il dosatore conquista tutti grazie alle sue linee pulite adatte ad ogni ambiente: gli ospiti ne saranno deliziati. La facilità di pulizia, la ridotta esigenza di manutenzione e la maneggevolezza dei flaconi ricarica ne garantiscono la semplicità d'uso e un considerevole risparmio di tempo. Il personale di sala potrà così dedicarsi esclusivamente alle esigenze e al benessere degli ospiti. Darbo Dispenser è adatto ad ogni struttura alberghiera alla ricerca di una soluzione accattivante per il proprio buffet da colazione. Materiali come alluminio e acciaio inossidabile assicurano stabilità e lunga durata e il funzionamento è intuitivo e agevole sia per gli ospiti che per il personale.

Ecco in sintesi quali sono tutti i vantaggi del dispenser Darbo:

- utilizzo semplice e pratico;
- dosaggio pulito e igienico;
- facile sostituzione dei flaconi ricarica vuoti;
- non è necessario alcun attrezzo;
- pulizia semplice senza necessità di smontaggio;
- flaconi ricarica richiudibili;
- gusto raffigurato in confezione.

I flaconi ricaricabili sono disponibili nel formato da 1.000 g per il miele e da 900 g per le creme di frutta (potete scegliere tra 6 gusti). Le creme di frutta contengono il 50% di frutta (arancia 35%) e la consistenza a pezzettini le rende sinonimo di grande qualità, per un'esperienza di gusto unica e appagante. cod 77752

Distribuito da: **Loacker Spa**
via Gasterer 3 - 39054 Auna di Sotto (Bz)
Tel 0471 344000 - **info@loacker.com**
dispenser.darbo.com

ABBIAMO CURA DELLE TUE CREAZIONI

LINEA PIZZA

FARINE DI FRUMENTO TENERO TIPO "00"

Sono due gli ingredienti fondamentali per ottenere un ottimo risultato: l'esperienza di chi lavora e la scelta di materie prime di qualità.
Dal 1934 selezioniamo solo i grani migliori per offrirvi una gamma di farine e semole dalle caratteristiche eccellenti, una selezione specificamente creata per trasferire i valori del Made in Italy in prodotti dall'alta qualità e tipicità.
Il nostro obiettivo? Garantire, ad ogni maestro dell'arte bianca italiana, una farina tecnicamente adatta ad ogni utilizzo, un'alleata nel lavoro quotidiano e un'ispirazione nelle preparazioni, dalla più classica alla più creativa.
La linea Pizza professional è composta da 6 referenze di farina 00, che si differenziano principalmente per i tempi di lievitazione garantiti: **Fast H6, Speedy H10, Midi H12, Extramidi H16, Slow H24 e Bio**.

WWW.MOLINOGRASSI.IT

Avere un locale informatizzato vuol dire organizzare, semplificare e velocizzare il lavoro, ma anche avere uno strumento strategico. Scegliendo un punto cassa CEI, si sceglie un sistema affidabile e duraturo nel tempo

TRANSIZIONE DIGITALE DEL RISTORANTE?

LA SOLUZIONE IDEALE È CEI SYSTEMS

Il piano Transizione 4.0 è la manovra che permette di rinnovare gli strumenti all'interno della propria attività con nuove tecnologie in grado di aumentare la produttività e l'efficacia del lavoro anche attraverso la raccolta e l'interpretazione dei dati di vendita, dei documenti e dei processi in tempo reale permettendo un continuo miglioramento e controllo della situazione del locale.

CEI Systems, azienda specializzata nella progettazione, produzione e vendita di sistemi per la gestione del punto cassa e dell'operatività della sala, sul mercato dal 1986, è da 35 anni che si impegna nella ricerca della soluzione migliore per la gestione del punto cassa con un focus specifico per il settore della ristorazione, per il quale ha sempre offerto soluzioni ampie e customizzabili sulle necessità dei diversi clienti. In linea con le esigenze del settore e sempre con al centro i propri clienti, si è posta l'obiettivo di creare un'opportunità che sostenga la trasformazione digitale della ristorazione, che valorizzi le attività e gli acquisti di prossimità rinnovando le tecnologie in uso e facilitando così il passaggio ai nuovi strumenti.

I prodotti CEI, infatti, sono certificati per l'industria 4.0 che permette uno sconto del 50% per gli acquisti in beni strumentali materiali nuovi: così informatizzare il punto cassa per migliorare il lavoro nel locale è ancora più facile.

I prodotti CEI sono strumenti progettati per lavorare in condizioni di sollecitazioni continue e frequenti, non presentano molti dei rischi legati all'utilizzo dello stesso sistema su Pc, comunicano grazie a un sistema radio progettato ad hoc evitando interferenze o disconnessioni e permettendo quindi di lavorare senza spiacevoli inconvenienti che comprometterebbero il servizio. Inoltre, ogni nuovo prodotto è compatibile con quelli precedenti, e questo garantisce la continuità nel tempo del sistema.

Ciò che permette di portare ad un livello superiore l'utilizzo del sistema CEI è SmartManager, il software di analisi progettato per verificare rapidamente e in qualsiasi momento l'andamento economico della propria attività.

Controllo totale e organizzazione

Conoscere perfettamente i costi del proprio locale è indispensabile. Ridurre le spese e le inefficienze, fin dai primi cam-

panelli di allarme, è possibile solo ricorrendo a strumenti professionali. SmartManager fornisce un gran numero di grafici personalizzabili per una visione rapida, semplice e completa dell'andamento economico della propria attività. Solo in questo modo è possibile intervenire tempestivamente per correggere i punti di criticità e consolidare quelli di forza della propria gestione.

Nella maggior parte dei settori, la concorrenza è cresciuta moltissimo, per questo è ormai indispensabile che ogni imprenditore abbia un controllo costante e accurato della propria attività. Per fare ciò, è fondamentale disporre degli strumenti giusti. SmartManager permette di registrare prodotti, anagrafiche clienti e fornitori, ordini e molto altro, dando la possibilità di portare avanti il proprio esercizio in modo organizzato e ordinato.

Per chi è pensato SmartManager?

Questo programma è perfetto per chi:

- **vuole utilizzare le statistiche del venduto tramite grafici intuitivi,**
- **ha necessità di verificare l'andamento del locale in tempo reale e a distanza,**
- **vuole gestire il proprio locale in modo professionale,**
- **ha una o più tabaccherie,**
- **deve gestire diversi locali.**

Aumento dei ricavi

Conoscere quali sono i comportamenti del cliente in base ai dati registrati nel tempo e mostrati attraverso grafici semplici e intuitivi permette di fare scelte strategiche, con un inevitabile riscontro positivo sui ricavi.

SmartManager registra i dati del punto cassa offrendo la possibilità di visualizzarli in tempo reale, per giornata e per periodo, e di filtrarli a seconda degli aspetti interessati (tavolo, piatto, metodi di pagamento, documenti emessi...).

Soddisfazione del cliente

Ogni cliente vuole sentirsi coccolato e accolto come a casa. In molti casi, come ad esempio durante la pausa pranzo, per i clienti è fondamentale la rapidità. Con SmartManager hai una marcia in più in tutte le tecniche di fidelizzazione. Eccone alcune:

- offerte studiate in base allo storico del cliente;
- possibilità di studiare soluzioni personalizzate;
- servizio rapido, ordinato e senza errori. cod 79289

CEI Systems
via Indipendenza 9 b/c - 10095
Grugliasco (To) - Tel 011 4081448/456
www.ceisystems.it

HTBOARD
CONTENITORI VERSATILI AMICI DELL'AMBIENTE

Il futuro del packaging viaggia sempre di più nel segno della sostenibilità. Lo sa bene Chs Group, azienda specializzata nella distribuzione di articoli per la ristorazione professionale con più di 20 anni di esperienza alle spalle. Il rispetto dell'ambiente è una delle prerogative del gruppo, specializzato nella progettazione, nello sviluppo e nella distribuzione di food packaging ecosostenibile.

Le vaschette e i food box, il cui utilizzo è cresciuto in maniera esponenziale negli ultimi mesi, in linea con l'aumento di asporto e delivery, rispondono alle esigenze di ristoratori e consumatori, sempre più sensibili e attenti alla funzionalità e all'etica degli articoli. HTBoard è un prodotto versatile, ideale per contenere, trasportare e rigenerare tutti i tipi di preparazione, dal sushi alla cucina mediterranea, con numerose soluzioni biodegradabili e compostabili. HTBoard è inoltre un prodotto completamente personalizzabile nella grafica, tanto che i clienti possono inserire e stampare il loro logo grazie al supporto degli uffici di Chs Group.

Praticità, funzionalità, sicurezza: tanti i vantaggi di HTBoard

I prodotti distribuiti dall'azienda vantano numerose caratteristiche innovative, dal 100% di carta non accoppiata, alla certificazione Fsc, grazie a materiali riciclati o vegetali. I contenitori sono riciclabili nella carta (PAP20), compostabili,

personalizzabili con inchiostri a base d'acqua e foodsafe, idonei e performanti in termini di resistenza al calore nel forno tradizionale (fino a 60 minuti a 220°C senza coperchi) e microonde (fino a 15 minuti a 900W).

HTBoard risulta anche essere un ottimo isolante termico perché mantiene la temperatura fino a 5 volte più a lungo rispetto ad un imballo in cartone teso tradizionale e il suo impiego risulta ottimale per alimenti freschi, gelati, surgelati, cibi caldi, take-away o fast food. Questo materiale consente in definitiva di sostituire il PET, il PE o il Polistirolo espanso nella realizzazione di soluzioni packaging per frutta, verdura, prodotti freschi e da banco.

La linea per asporto e delivery di Chs Group è ideale per contenere, trasportare e rigenerare tutti i tipi di preparazione. Completamente personalizzabile nella grafica, prevede soluzioni biodegradabili e compostabili

Crescita continua

«La crescita di Chs Group prosegue con un'attenzione particolare alla funzionalità dei prodotti, che vantano caratteristiche uniche e innovative - commenta l'amministratore delegato **Carlo Scalabrini** - ma allo stesso tempo non abbiamo mai trascurato l'impatto ambientale dei contenitori e del packaging per asporto e delivery, offrendo soluzioni ecocompatibili e biodegradabili al 100%».

Nel 2019 Chs Group è entrata a far parte di E.CF, gruppo internazionale presente con 27 filiali in 18 Paesi nel mondo, dalla Gran Bretagna all'Australia, passando per la Svizzera. A giugno è stato aperto un nuovo showroom a Bergamo, che si aggiunge agli spazi espositivi di Milano, Torino, Brescia, Rimini e Padova.

Non solo packaging: offerta ampia per tutti i settori professionali

Chs Group propone come prima area tematica, attraverso il brand di proprietà "MyTakeAway", soluzioni specifiche di packaging per il servizio asporto e delivery, ma anche un'ampia selezione di prodotti dedicati all'arte della tavola. L'azienda offre quotidianamente numerose novità relativamente a piatti, posate e accessori, tra cui diverse soluzioni distribuite in esclusiva per tutto il mercato italiano. È attiva poi una terza area, dedicata agli hotel, che vengono assistiti sin dallo sviluppo di un progetto renderizzato in 3D, grazie al quale il cliente può vedere in anteprima il risultato finale degli allestimenti. Chs Group offre infine alla sua clientela attrezzature da cucina, che comprendono scaffalature, pentole e tutti gli utensili necessari alla preparazione, allo stoccaggio e alla cottura dei cibi. Insomma, un'ampia offerta di articoli che godono dei più alti standard qualitativi.

cod 79599

Chs Group
via Marzabotto 16 - 26015 Soresina (Cr) - Tel 0374 340513
www.chsgroup.it

NUOVE SHOPPER EUROFIDES

DELIVERY E TAKE-AWAY... CON STILE!

Sono arrivate le nuove shopper con fondo largo per delivery e take-away di Eurofides. Due nuovi modelli che arricchiscono l'ampia selezione di shopper dedicate al mondo della ristorazione e della pasticceria. I nuovi modelli della linea food sono pensati per un servizio sempre più curato che riguarda anche il prossimo Natale.

La shopper elegance in carta pregiata nera o bordeaux con manico in fettuccia di cotone è la proposta dedicata a chi fa della qualità il suo biglietto da visita. Il fondo largo e i soffietti laterali e sul fondo supportati da listelli di rinforzo garantiscono un trasporto sicuro che si presenta come una vera e propria confezione regalo. I colori discreti ed eleganti si sposano perfettamente con un servizio gourmet.

Il nuovo modello di shopper take-away di colore rosso è invece dedicato al Natale, ma utilizzabile in tante altre occasioni speciali. Il servizio delivery e take-away dopo l'impennata dell'ultimo anno non accenna a diminuire. I locali sono specializzati sempre di più nella loro proposta adeguando all'offerta gastronomica un packaging in linea con l'immagine aziendale senza rinunciare alla funzionalità e alla praticità.

Da oltre 20 anni Eurofides è fornitore affidabile di shopper, packaging e monouso per la ristorazione, anche personalizzati, per rispondere alle esigenze di tutti i tipi di locale. Oltre alle buste shopper l'azienda offre oltre 5mila articoli in pronta consegna tra cui food box, sacchetti per alimenti, tovagliato monouso e allestimenti.

L'acquisto avviene online o al telefono con consegna in sole 24-48 ore su tutto il territorio nazionale. Per la qualità del servizio e l'affidabilità Eurofides è tra i migliori Shop Online nella classifica 2021-2022 dell'Istituto Tedesco di Qualità. cod 79309

Eurofides
via Pietro Blaserna 94 - 00146 Roma
Tel 800 079060
www.eurofides.com

LiberoPro Point

LIBEROPRO
MASSIMA PRODUTTIVITÀ IN CUCINA E OUTDOOR

Electrolux Professional lancia la gamma LiberoPro e soddisfa le esigenze degli operatori del settore fornendo un servizio di prima classe, con un tocco contemporaneo. Prestazioni elevate con 8 ore di lavoro consecutive garantite, spirito libero per un'installazione possibile ovunque con la soluzione plug&play, design e facilità d'uso per una modulazione versatile con configurazione da incasso. Il carattere eclettico unito al suo animo green, attento all'efficienza energetica e all'impatto ambientale, rende LiberoPro un'elegante combinazione di tecnologia ad alte prestazioni ed eccellenti risultati di cottura per una perfetta esperienza culinaria.

Il mondo LiberoPro si compone di piani cottura a induzione, fry top e wok, per soddisfare ogni tipo di preparazione. L'induzione è disponibile sia nella versione mono zona che doppia zona, con i vantaggi di assicurare elevata potenza con pentole grandi e massima precisione con quelle piccole, ideale quindi per le preparazioni più delicate come caramello o cioccolato fuso.

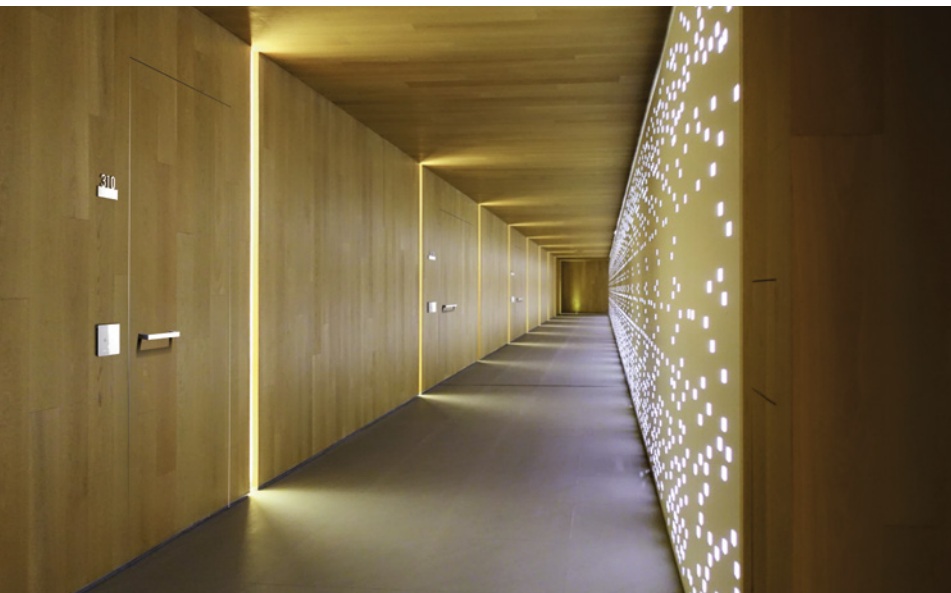
Nell'induzione a doppia zona da sottolineare l'interessante funzione bridge, che permette di unire le due aree di cottura creando un'unica superficie ancora più efficiente, con temperatura e impostazioni allineate automaticamente.

Il fry top si contraddistingue per potenza ed elevate prestazioni grazie alla tecnologia a induzione. Risultati di cottura uniformi in ogni punto e rapida ripresa della temperatura sono solo alcuni dei vantaggi di questa soluzione di cottura, disponibile anche nella versione XL. E poi c'è il wok che nella versione trifase risulta essere perfetto per quei piatti che richiedono una cottura a forte intensità, ad esempio grandi quantità di verdure saltate.

E per finire LiberoPro Point, la postazione mobile su cui posizionare le funzioni di cottura LiberoPro. Il suo design plug&play, robusto e pratico, lo rende durevole in qualsiasi ambiente di lavoro. I cassetti refrigerati conservano gli ingredienti freschi, indice di altissima qualità, e il design ergonomico dell'ampio ripiano assicura comfort e flessibilità. cod 79298

Electrolux Professional
viale Treviso 15 - 33170 Pordenone
Tel 0434 3801
www.electroluxprofessional.com

LiberoPro

ZANINI, PORTE PER HOTEL CERTIFICATE E PERSONALIZZABILI

Le porte Zanini sono state progettate per andare incontro a tutte le esigenze dell'albergo moderno: l'abbattimento acustico è ormai un parametro fondamentale, mentre la resistenza al fuoco e la tenuta ai fumi in caso di incendio sono un obbligo di legge, così come l'uso dei sistemi di autochiusura e antipanico. La durabilità della porta è un altro argomento importantissimo perché un investimento in prodotti di qualità deve durare nel tempo. Le porte Zanini uniscono tutte queste funzioni in un solo prodotto dalla resa estetica eccezionale e personalizzabile a piacere: possono essere infatti utilizzate tutte le finiture in TSS antigraffio così come le impiallacciature in legno, i laminati HPL e le laccature in qualsiasi colore.

Le prove di resistenza al fuoco sono eseguite esclusivamente presso laboratori abilitati secondo le norme europee di riferimento per la resistenza al fuoco, la tenuta ai fumi e l'abbattimento acustico. Le certificazioni Zanini sono riconosciute anche all'estero grazie alle validazioni dei maggiori enti internazionali di certificazione (Efectis per la Francia, VKF per la Svizzera, Exova per il Regno Unito, UL per gli Stati Uniti, il Canada e i Paesi del Golfo).

Nel 2008, con l'acquisizione di San. Co Spa, Zanini ha fatto proprio anche il know-how delle chiusure tecnologiche in legno, vetro e metallo. Inoltre, con il controllo societario di Icm Spa avvenuto nel 2017, ha ricondotto l'intero processo produttivo delle porte all'interno degli stabilimenti del gruppo.

A Verona Est, a soli due minuti dall'uscita autostradale A4, è stato aperto Zanini Expo, un nuovo centro espositivo progettuale e commerciale al servizio dei clienti, uno spazio di oltre 1.000 metri quadrati dedicato a tutti i prodotti del gruppo. I prodotti Zanini sono tutti 100% made in Italy e i servizi sono sempre attenti alle esigenze del cliente: Zanini oggi ha anche le maggiori certificazioni di qualità e sostenibilità, tra le quali spiccano ISO 9001, FSC, e grazie all'attestazione SOA opera anche nel mondo delle strutture pubbliche con le maggiori imprese europee. cod 79602

Zanini
loc. Lorenzi - 37021 Bosco Chiesanuova (Vr) - Tel 045 7050988
www.zaniniitalia.com

L'emergenza Covid-19 ha giocato un ruolo determinante nella riduzione dei consumi extra domestici. Papernet ha deciso di sostenere oltre 5mila pizzerie italiane attraverso la predisposizione di un Re-starter Kit

PAPERNET
PIÙ IGIENE E SICUREZZA PER CLIENTI E OPERATORI

L'igiene costituisce da sempre il nodo centrale dell'attività di Sofidel. La salute, la sicurezza e la prevenzione rappresentano temi centrali su cui, oggi più che mai, occorre investire. L'emergenza sanitaria ha infatti modificato le abitudini e i comportamenti quotidiani, sviluppando una crescente attenzione verso la cura della persona e del proprio spazio. Proprio per questo è di fondamentale importanza creare un ambiente pulito e sicuro, non soltanto in casa, ma anche fuori casa, soprattutto all'interno delle strutture ricettive, come bar e ristoranti, per le quali la sanificazione rappresenta un fattore di cruciale importanza. La salute, la sicurezza e la prevenzione sono i tre asset che, da sempre, contraddistinguono Papernet, brand "away from home" del Gruppo Sofidel.

Un Re-starter Kit per sostenere la ripartenza delle pizzerie italiane

L'emergenza Covid-19 ha giocato un ruolo determinante nella riduzione dei consumi extra domestici, in particolare ha indebolito gli ambiti ad esso collegati, primo fra tutti quello della ristorazione. Proprio per questo, Papernet ha deciso di sostenere oltre 5mila pizzerie italiane attraverso la

predisposizione di un Re-starter Kit: un'iniziativa di successo sviluppata nei mesi di giugno, luglio e agosto e promossa in collaborazione con il famoso chef pizzaiolo Gino Sorbillo.

Fast&Clean, multiuso per l'igiene di qualsiasi superficie

Ad ogni pizzeria, in particolare, sono state consegnate due confezioni di Fast&Clean, il nuovo panno in carta, pratico e versatile, della gamma Defend Tech. L'additivo antibatterico presente nel packaging garantisce il massimo livello di protezione ed igiene, mentre il sistema di apertura facilitata, easy-open, consente il prelievo del singolo panno in carta, evitando sprechi.

Un nuovo standard d'igiene pratico e veloce: l'adesivo posto sul retro della confezione consente di abbinare il prodotto a qualunque tipo di detergente spray, mentre la pratica apertura facilita l'estrazione del singolo panno in carta, agevolando le operazioni di pulizia. Perfetto per tutti gli ambienti, quali bar, ristoranti, cucine, mense, uffici e ospedali, Fast&Clean è un prodotto multiuso, ideato per l'igiene di qualsiasi superficie.

Ready Table

Lo sviluppo di soluzioni innovative e igieniche è da sempre al centro dell'attività di Papernet che, rivolgendosi al settore Food, promuove prodotti in grado di intercettare le richieste dei clienti in termini di protezione e sicurezza. La gamma Ready Table, ad esempio, migliora e personalizza qualsiasi ambiente attraverso dispenser personalizzabili (realizzati in plastica antibatterica) e tovaglioli interfogliati, i cui formati e colori si abbinano facilmente allo stile e all'arredamento scelto per i locali.

Una linea di prodotti in grado di soddisfare qualsiasi bisogno: dalla necessità di avere minimi ingombri sul tavolo per ottimizzare gli spazi, all'esigenza di contenere molti servizi in un solo "piccolo grande dispenser", comodo da usare, dal design e dai colori accattivanti. cod 79576

Sofidel
via Giuseppe Lazzareschi 23 - 55016
Porcari (Lu) - Tel 0583 2681
www.sofidel.it

AMUCHINA PROFESSIONAL

PULIZIA PROFONDA E IGIENE GARANTITA IN TUTTI GLI AMBIENTI

Dalla cucina al bagno, passando per la sala, Amuchina Professional offre una linea di prodotti completa, pensata per rispondere alle specifiche esigenze del settore Horeca

La clientela del mondo della ristorazione e dell'hotellerie diviene di anno in anno più esigente, soprattutto per quanto riguarda igiene e pulizia. Offrire un ambiente sicuro, protetto dalla minaccia di germi e batteri, è diventato ormai un fattore chiave per trasformare un visitatore in un cliente fedele. Amuchina Professional rappresenta un valido alleato nel raggiungere questo risultato, grazie alla sua linea di prodotti appositamente pensati per assicurare la più profonda pulizia degli ambienti professionali. Dall'igiene delle piccole superfici a quella dei bagni e delle vetrate, fino alle stoviglie e agli utensili, i prodotti Amuchina garantiscono un'azione mirata ed efficace, in grado di soddisfare anche i clienti (e i proprietari) più esigenti.

Per la pulizia delle piccole superfici, come banconi e piani di lavoro, il nuovo Amuchina Multiuso Igienizzante Area Food garantisce un alto livello di igiene con rapidi tempi di asciugatura, rispettando tutte le superfici, anche quelle in acciaio. Per lo sporco più ostinato, invece, Amuchina Sgrassante Tecnico è il giusto alleato per un'azione veloce e mirata, in linea con le norme Haccp.

Per stoviglie, posate e utensili ci si può affidare ad Amuchina Detergente Lavastoviglie e ad Amuchina Brillantante Neutro. Non solo garantiscono un elevato potere sgrassante e un effetto brillante anche con cicli brevi a basse temperature, ma grazie alla loro formulazione eco-friendly rispettano l'ambiente e il suolo su cui sono coltivate le materie prime.

Amuchina Vetri Multiuso è il prodotto adatto per igienizzare e lucidare vetri e cristalli, ma anche piccole superfici quali tavoli e sedute. La sua particolare formula, che non lascia residui chimici, è pensata per l'igiene delle superfici a contatto con gli alimenti, e non necessita di risciacquo. Infine, per la cura del bagno e dei sanitari, l'azione di Amuchina Crema Gel Igienizzante e Amuchina Detergente per Superfici e Bagni permette di eliminare efficacemente germi e batteri, senza danneggiare le superfici che rimarranno lucide e brillanti come al momento dell'acquisto! cod 79659

Amuchina Professional
via Vecchia del Pinocchio 22 - 60131 Ancona - Tel 071 809809
www.amuchina.it

Ciao Milano!

NUOVO SHOWROOM ROS

Il nuovo spazio, che consolida la presenza dell'azienda nella città meneghina, è dedicato all'organizzazione di incontri ed è funzionale per invitare i clienti e mostrare loro tutte le novità a 360 gradi

di *Giorgio Lazzari*

Le forniture di qualità per hotellerie, ristorazione e catering riescono in ogni momento a fare la differenza. Lo sa bene Ros, azienda leader di settore, che da 38 anni seleziona fornitori e prodotti per il mondo dell'ospitalità e vanta un catalogo di oltre 15mila referenze. In vista dei prossimi mesi, fondamentali per la ripresa del settore, incontriamo **Sergio Pezzotta**, presidente e fondatore della Ros, per approfondire il tema della ripartenza autunnale. Ci diamo appuntamento a Milano, una vera fucina delle nuove tendenze, e decidiamo di pranzare all'Hotel Four Seasons, che sorge proprio nel quadrilatero della moda.

L'edificio è stato appena rinnovato e accoglie gli ospiti in tutta la sua bellezza. Ci dirigiamo al Ristorante Zelo per un lunch e subito respiriamo un'atmosfera di convivialità, condita da raffinata eleganza. Decidiamo di iniziare con un brindisi, «anche perché - confida Pezzotta - come Ros abbiamo contribuito in qualità di fornitori al rinnovamento dei locali e la nostra azienda ha portato avanti la commessa con grande orgoglio».

Sicuramente una bella soddisfazione, d'altro canto Ros è un marchio presente da anni sulla piazza di Milano.

Sergio Pezzotta

Ho organizzato il nostro appuntamento al Four Seasons per festeggiare un'altra novità, che consolida la nostra presenza nella città meneghina. Proprio perché Milano ha sempre rappresentato un mercato importante per Ros, abbiamo deciso di investire nell'apertura di un nuovo showroom permanente, visitabile solo su appuntamento.

Una scelta certamente coraggiosa, che merita un brindisi benaugurante, perché dimostra come crediate nel vostro lavoro, ma anche nelle potenzialità del settore.

In questo modo ci avviciniamo alla nostra clientela offrendo le migliori opportunità, senza che gli imprenditori della ristorazione e dell'accoglienza debbano necessariamente venire nel nostro quartier generale di Zanica, in provincia di Bergamo. Abbiamo strutturato il nuovo spazio - che sorge in via Privata Gaspare Bugatti al civico 13, una laterale di via Tortona - come una bomboniera dove organizzare momenti di incontro e invitare i clienti per presentare just in time tutte le novità a 360 gradi. Se da un lato rappresenta un ulteriore avvicinamento alla piazza di Milano, dove ci siamo da sempre, dall'altro conferma il consolidamento di Ros, un'azienda che si pone come obiettivo la crescita e l'affermazione sul mercato di riferimento.

Cosa rimane delle difficoltà vissute negli ultimi 18 mesi?

Siamo sempre stati vicini ai nostri clienti, offrendo loro tutti i prodotti necessari allo svolgimento dell'attività, anche nei momenti più duri dell'emergenza sanitaria. Durante la chiusura delle attività abbiamo fornito prodotti monouso, in modo da permettere che i pubblici esercizi potessero offrire le migliori soluzioni nelle confezioni per l'asporto e il delivery, grazie a prodotti e contenitori alimentari monouso ed ecocompatibili.

Archiviato il periodo più duro, ora stiamo assistendo alla ripartenza.

Oggi possiamo guardare avanti con ottimismo e stiamo lavorando molto bene con le novità di prodotto nel segmento che riguarda il mondo della tavola, grazie alle creazioni dei migliori brand che distribuiamo in esclusiva. Stiamo ricevendo numerose richieste dai nostri clienti, segno evidente che c'è tantissima voglia di ricominciare, con investimenti dedicati per rinnovare le attività. Con molto piacere abbiamo recentemente fornito i nostri prodotti al San Domenico Palace di Taormina, che fa sempre parte del gruppo Four Seasons. cod 79587

Ros Showroom Milano
via Privata Gaspare Bugatti 13 - 20144
Milano - Tel 035 670299
www.ros.bergamo.it

CHEESE

4 GIORNI DI ASSAGGI A BRA PER SCOPRIRE IL MONDO DEI FORMAGGI

Cheese, l'evento internazionale dedicato ai formaggi a latte crudo e alle forme del latte, è in programma dal 17 al 20 settembre 2021 a Bra (Cn). Gli organizzatori, Città di Bra e Slow Food, sono all'opera per adattare i format storici di Cheese e rendere ogni occasione di conoscenza, degustazione ed educazione un momento da vivere in presenza e in piena sicurezza. Non mancheranno infatti i grandi classici: il Mercato dei formaggi e la Via degli Affinatori, punto di riferimento per appassionati e buyer, le conferenze di approfondimento e i momenti ludici per famiglie e bambini, per ricreare quel clima magico che per quattro giorni l'appuntamento braidese regala. La manifestazione è da sempre avanguardia nel dibattito intorno al settore lattiero-caseario di qualità, grazie alla partecipazione di pastori, casari, stagionatori e affinatori che si confrontano, sui palchi ufficiali delle conferenze e negli incontri informali, con cuochi, negozianti, tecnici e accademici, italiani e stranieri.

Animali e montagna al centro dell'edizione 2021

Alla base di Cheese ci sono gli animali. Non avremmo il latte e i formaggi senza di loro. Non esisterebbero l'allevamento, gli alpeggi, la transumanza e i pascoli, ad esempio, cose che a Cheese non si vedono ma che si possono vivere con altri sensi, il gusto e l'olfatto.

Non solo: senza animali, anche la montagna sarebbe diversa. Se le bestie non vagassero all'aperto libere di brucare l'erba il paesaggio sarebbe più incolto, meno vivibile, inospitale e inadatto alle attività umane, prima fra tutte l'agricoltura. Eppure se guardiamo ai formaggi e pensiamo al mondo

animale, non possiamo certo ragionare soltanto di vacche, di pecore o di capre. Occorre andare oltre e chiederci quali sono gli elementi vivi, appartenenti al mondo animale, che influiscono nel processo che ci consente di avere il latte e di conseguenza il formaggio: non soltanto i capi da latte, ma anche gli insetti impollinatori (a cui dobbiamo le fioriture) e i microrganismi che abitano il suolo: funghi, batteri e lieviti, per citarne qualcuno.

È per questa ragione che Cheese 2021 "considera gli animali" - come recita il claim scelto per questa edizione della manifestazione - nel senso più ampio: ogni forma di vita interviene nel processo che ci restituisce formaggi che rispecchiano al meglio le caratteristiche di un territorio. Saperlo è un dovere, scoprirlo un piacere.

Formaggi naturali

A Cheese si parlerà anche di formaggi naturali, di fermenti, di batteri lattici. Ma quest'anno lo si fa in un modo ancora più pop. Si parlerà ai consumatori, far capire le ragioni per le quali da anni insistiamo sull'importanza dei formaggi naturali, educarli a riconoscerli quando li gustano e soprattutto abituarli a sceglierli e a chiederli. Vale la pena perché un formaggio naturale e un formaggio con fermenti industriali non sono la stessa cosa. Il sapore, ad esempio, non è paragonabile: nei formaggi freschi la differenza è meno accentuata perché i fermenti non hanno avuto tempo di sviluppare gli aromi, ma in quelli stagionati c'è letteralmente un abisso: anche in soli 20 giorni la flora batterica si diffonde e si moltiplica dando origini a differenze organolettiche notevoli. Ma non è soltanto una questione di gusto: i formaggi naturali - che, semplificando, sono quelli artigianali realizzati senza l'aggiunta di fermenti industriali - sono l'espressione del luogo in cui vengono prodotti. In altre parole, ne riproducono in miniatura la biodiversità.

Produrre un formaggio naturale, infatti, significa lavorare con i batteri disponibili per natura: quelli degli animali (tranquilli, è normale: lo stesso corpo umano ne ospita miliardi), quelli che derivano dall'alimentazione al pascolo, quelli dovuti al clima... nel mondo, tutto porta batteri con sé: noi siamo convinti che questa diversità, questa ricchezza, vada salvaguardata. E per farlo occorre dire no a tutto ciò che è omologato e standardizzato, come i formaggi con fermenti industriali. cod 79024 ➔

DI MUCCA, DI CAPRA, DI PECORA O DI ASINA IL GIRO D'ITALIA DEI FORMAGGI

Il latte non è tutto uguale ed è per questa ragione che è bene declinarlo al plurale: parlare cioè di latti. In Italia, in commercio, ci sono quelli di vacca, di capra, di pecora, di bufala e di asina. Tanti latti, dunque, e quindi tanti formaggi differenti. A Cheese 2021 vengono raccontati, grazie al lavoro e alla passione di pastori, casari e affinatori che ogni giorno tramandano storia, competenze e sapori. Nell'attesa che il più grande evento internazionale dedicato ai formaggi a latte crudo e alle forme del latte cominci (è in programma a Bra, in provincia di Cuneo, dal 17 al 20 settembre 2021) ecco un viaggio tra alcuni formaggi che rappresentano una tradizione, identificano una comunità e un luogo, i suoi pascoli e la sua storia, e che devono molto a razze locali, in alcuni casi ingiustamente considerate minori.

Lombardia - Capra Orobica

I formaggi di pecora: dalla Sardegna alle Langhe

Cominciamo dal fiore sardo dei pastori, Presidio Slow Food: si tratta di un formaggio a latte crudo e intero munto da pecore di razza sarda, una razza autoctona antichissima nota per la qualità del proprio latte. Il latte di una sola mungitura, senza alcun trattamento, viene posto in caldaia e coagulato con caglio in pasta di capretto o agnello; quindi si procede alla rottura della cagliata. Si forma il pecorino collocando la massa in stampi a forma di tronco-cono detti pischeddas. Il fiore sardo stagiona per un paio di settimane vicino a braci che danno un lieve sentore di fumo e poi in locali dove le forme sono appoggiate a terra per alcuni mesi.

Altro formaggio, altra isola: spostiamoci in Sicilia per scoprire la vastedda della valle del Belìce, l'unico formaggio di pecora a pasta filata, riconosciuto Presidio Slow Food. Prota-

Sardegna - Pecora di razza sarda

gonista, in questo caso, è la pecora della valle del Belìce, diffusa in particolar modo nelle province di Agrigento e Trapani ma presente in tutta la regione e anche nella vicina Calabria. Una curiosità su questo formaggio: il nome deriva dal termine dialettale vasta, cioè "guasta, andata a male": i casari della zona, infatti, lo idearono per recuperare i pecorini che presentavano difetti, facendoli filare ad alta temperatura.

I consumatori conoscono i più noti fatti con latte vaccino, ma lungo lo Stivale sono tante le produzioni storiche e tradizionali che rendono il mercato caseario vario, gustoso, conservatore di una cultura millenaria

In Toscana, adesso, per conoscere la pecora massese: vello grigio piombo, pelo nero lucido, corna scure a spirale, occhi accesi e sporgenti, la si trova in Emilia, in Liguria e naturalmente in Toscana: sulle montagne pistoiesi, in particolare, resistono produttori che fanno il pecorino seguendo interamente la tradizione: pecore in alpeggio, latte crudo e caglio naturale. Curiosi di assaggiarlo? È un Presidio Slow Food.

In provincia di Cuneo, nella zona delle Langhe, vive invece una pecora dal manto bianco, senza corna e con le caratteristiche orecchie portate in avanti e verso il basso: è la pecora delle Langhe, una razza ormai in via di estinzione inserita nell'Arca del Gusto di Slow Food, a cui dobbiamo la tuma, un formaggio di forma cilindrica, dal peso che oscilla tra i 200 e i 300 grammi, privo di crosta e la cui pasta è di colore bianco paglierino, morbida.

Tra Sicilia e Lombardia, sulle tracce dei formaggi di capra

La capra orobica è una razza Presidio Slow Food: il suo latte viene utilizzato per formaggi tradizionali a latte crudo come il matuscin della Valtellina, il formagìn della Valsassina e la roviola della Val Brembana. È una capra rustica, caratterizzata dalle corna imponenti, in grado di vivere e pascolare lungo i pendii impervi delle Alpi orobiche, nelle provincie di Sondrio, Bergamo e Lecco.

Mille chilometri più a sud vive un'altra capra dal latte eccellente: la girgentana, che deve il nome al vecchio nome della città siciliana di ➜

Agrigento (Girgenti). Come riconoscerla? Semplice, guardando le corna: quelle della girgentana sono inconfondibili, a spirale. Il suo latte, grazie all'ottimo equilibrio tra grasso e proteine, viene utilizzato per la tuma ammucciata.

Concludiamo il tour tra le capre italiane (e i loro derivati) dando uno sguardo alla garganica, originaria dell'omonimo promontorio pugliese. Presidio Slow Food, con il suo latte si producono il canestrato e il cacioricotta. La capra garganica viene allevata allo stato brado ed è immediatamente riconoscibile: merito del pelo lungo, liscio e nero corvino, della testa caratterizzata dal ciuffo e della lunga barba sotto il mento e dalle corna un po' appiattite lateralmente.

Vacche: non esiste solo quella bianca pezzata di nero

Se pensiamo alle vacche, è probabile che la nostra immaginazione ci restituisca l'immagine di una mucca bianca con grandi macchie nere: bene, quella è la vacca di razza frisona olandese. In Italia, però, ce ne sono di tutti i colori! Innanzitutto la vacca grigio alpina (Presidio Slow Food), concentrata soprattutto in provincia di Bolzano e di Trento con qualche presenza in Veneto e Friuli Venezia Giulia, che per secoli è stata allevata dalle popolazioni locali soprattutto in contesti marginali ed estremi come quelli dei masi di alta quota: è infatti in grado di adattarsi perfettamente alle dure condizioni ambientali di queste regioni montane, rivelandosi la razza ideale per l'economia rurale di montagna. Quali formaggi regala? Quelli di malga: alcuni più magri perché si privilegia la lavorazione del burro, altri a crosta lavata, perché durante la stagionatura vengono inumiditi con acqua salata.

Spostiamoci in Piemonte per conoscere la razza bovina pezzata rossa d'Oropa (inclusa nell'Arca del Gusto di Slow Food), stretta parente della valdostana. Si adatta bene alle difficili condizioni ambientali del pascolo montano e svolge un'importante azione di tutela ambientale e del paesaggio, oltre ad assicurare il latte con cui si produce il burro a latte crudo dell'Alto Elvo, Presidio Slow Food. Chi non ha mai assaggiato il Parmigiano Reggiano? Eppure molti non sanno che, fino al secondo dopoguerra, le regine incontrastate del Parmigiano Reggiano erano due razze autoctone: la bianca modenese e la rossa reggiana. Dagli anni Cinquanta, poi, sono state sostituite dalla razza frisona , famosa per la produttività e con le mammelle perfette per la mungitura meccanica. Sia la bianca modenese che la rossa reggiana producono latti le cui caratteristiche risultano eccellenti per la produzione del Parmigiano Reggiano, eppure il numero di capi si è drasticamente ridotto: entrambe sono riconosciute da Slow Food, la prima è tutelata dal Presidio e la seconda è inclusa nell'Arca del Gusto.

Concludiamo il nostro tour virtuale nel sud Italia, parlando della vacca di razza podolica e del caciocavallo, il formaggio simbolo della tradizione casearia meridionale ed emblema della tecnica "a pasta filata". Si tratta della tecnica messa a punto nei secoli per garantire conservabilità e salubrità ai formaggi di latte vaccino. Slow Food ha due Presìdi sui caciocavalli da latte di razza podolica: uno nel Gargano e uno in Basilicata. cod 79327

Emilia - Vacca bianca modenese

PARMIGIANO REGGIANO PUNTA SU EXPORT, EVENTI E BIODIVERSITÀ

di ***Giorgio Lazzari***

Il Parmigiano Reggiano è tra le Dop che più di tutte hanno saputo dimostrare di aver superato l'emergenza economica causata dalla pandemia, grazie ad un comparto che non si è mai fermato e che ha raggiunto i 2,35 miliardi di euro al consumo con una quota export che rappresenta ormai il 44% della produzione totale.

Il Consorzio del Parmigiano Reggiano è stato tra i protagonisti indiscussi della 20ª edizione di Cibus, la fiera internazionale dell'alimentazione organizzata da Fiere di Parma e Federalimentare, che si è svolta dal 31 agosto al 3 settembre. Cibus rappresenta una vetrina importante per la Dop, che diventa sempre più internazionale con investimenti all'estero che sfiorano i 10 milioni di euro e con importanti novità che segnano un cambio di passo nella promozione in tutto il mondo. Il Consorzio di recente ha lanciato la sua prima campagna televisiva in Germania e un nuovo spot in Francia, così come ci saranno importanti investimenti in advertising negli Stati Uniti che rappresentano uno dei principali mercati per il Parmigiano Reggiano.

Caseifici Aperti, viaggio in un mondo tutto da scoprire e... gustare

A Cibus è stata ufficialmente presentata anche un'iniziativa di promozione che coinvolge il territorio ma anche il pubblico di consumatori, a partire dalle famiglie, che possono visitare i caseifici e festeggiare insieme con la Dop in un grande evento organizzato al Campovolo di Reggio Emilia. Dopo il successo dell'edizione 2020, Caseifici Aperti quest'anno (11-12 settembre) ha offerto a tutti - da foodies e appassionati a curiosi di tutte le età - la possibilità di immergersi nella produzione del Parmigiano Reggiano Dop. Visite guidate ai caseifici e ai magazzini di stagionatura, spacci aperti, eventi per bambini e degustazioni che, uniti alla passione dei casari, hanno dato la possibilità di vivere un'esperienza unica. Un vero e proprio viaggio alla scoperta della zona d'origine del prodotto e delle sue terre ricche di storia, arte e cultura.

Assistere alla nascita della forma, passeggiare nei suggestivi magazzini di stagionatura, acquistare il formaggio direttamente dalle mani di chi lo crea sono tutte esperienze uniche che il visitatore vive in un autentico viaggio nel tempo alla scoperta del metodo di lavorazione artigianale, rimasto pressoché immutato da oltre nove secoli. Per un intero weekend, dunque, il Parmigiano Reggiano si è accompagnato a performance artistiche, animazioni per i più piccoli, musica, sport e tanto altro ancora, in un programma pensato per tutti. Un festival che è stato anche un'occasione speciale per tornare a divertirsi insieme in completa sicurezza e con una grande attenzione alla sostenibilità ambientale.

«C'è grande soddisfazione, perché con questa edizione celebriamo il 10° anno della manifestazione Caseifici Aperti - ha commentato **Nicola Bertinelli**, presidente del Consorzio Par-

VALORI NUTRIZIONALI

Il Parmigiano Reggiano è un formaggio 100% naturale composto per il 30% da acqua e per ben il 70% da sostanze nutritive. Per un adulto che segue una dieta sana ed equilibrata di 8.400 kJ / 2.000 kcal, una porzione di Parmigiano Reggiano di 25 g copre il 36% del fabbisogno di calcio e il 24% del fabbisogno di fosforo. Una buona parte della componente nutritiva è rappresentata dalle proteine (32 g per 100 g di prodotto). 100 g di Parmigiano Reggiano contengono:

Umidità	g 31,4
Proteine	g 32,4
Amminoacidi liberi su proteina totale2	%23,3
Energia3	kcal 402
	kJ 1671
Grassi	g 29,7
Acidi grassi saturi	g 19,6
Acidi grassi monoinsaturi	g 9,3
Acidi grassi polinsaturi	g 0,8
Grassi sulla sostanza secca	% s.s. 43,3
Carboidrati	g 0
di cui zuccheri	g 0
Lattosio	mg <1
Fibre	g 0
Sale4	g 1,6
Acido lattico	g 1,6
Calcio	mg 1155
Fosforo	mg 691

Sodio	mg 650
Potassio	mg 100
Magnesio	mg 43
Ferro	mg 0,2
Zinco	mg 4
Colesterolo	mg 83
Vitamina A	µg 430
Tiammina (Vit. B1)	mg 0,03
Riboflavina (Vit. B2)	mg 0,35
Vitamina B6	mg 0,060
Vitamina B12	µg 1,7
Vitamina C	mg 0
Niacina (Vit. PP/B3)	mg 0,06
Vitamina E	mg 0,55
Vitamina K	µg 1,6
Acido pantotenico (Vit. B5)	mg 0,320
Colina	mg 40
Biotina	µg 23

migiano Reggiano - si tratta dunque di un percorso continuativo e strutturato, che si arricchisce di un altro nuovo appuntamento: due giornate di festa con la possibilità di visitare le nostre aziende per assistere alla produzione, oltre alle attività del Festival organizzato al Campovolo di Reggio Emilia». Una novità che punta a diventare un format da riproporre anche nelle prossime edizioni di Caseifici Aperti.

«Nel segno della ripartenza riapriamo anche le aziende - afferma **Carlo Mangini**, direttore marketing e sviluppo del Consorzio Parmigiano Reggiano - a partire dall'allevamento, Caseifici Aperti rappresenta un motto di resilienza, grazie ad una comunità di produttori che apre le porte per far conoscere al mondo i segreti e l'abilità dei casari, da cui nasce un prodotto unico al mondo che rappresenta un patrimonio per il nostro territorio».

Caseifici Aperti fa parte del programma 2021 di Settembre Gastronomico, la rassegna dedicata alle eccellenze del territorio parmense promossa dal Comune di Parma nell'ambito del progetto Parma City of Gastronomy.

Tanti progetti per la valorizzazione del Parmigiano Reggiano

Dopo il successo di Cibus e Caseifici Aperti, gli occhi sono ora puntati su Cheese, il più grande evento internazionale dedicato ai formaggi a latte crudo e alle forme del latte, in programma dal 17 al 20 settembre. La 13ª edizione dell'iniziativa biennale organizzata dalla Città di Bra e da Slow Food, sempre all'insegna della biodiversità.

Il Consorzio sta portando avanti numerose attività, come "Prodotto di Montagna - Progetto Qualità Consorzio", che prevede una valutazione di qualità aggiuntiva da effettuarsi al 24° mese di stagionatura con l'obiettivo di sostenere il valore aggiunto del formaggio prodotto in montagna, offrire ai consumatori garanzie aggiuntive legate, oltre all'origine, anche alla qualità del formaggio, e dare maggiore sostenibilità allo sviluppo della montagna.

Il progetto Premium "40 mesi" è invece dedicato a un tipo di stagionatura (40 mesi, per l'appunto) friabile, estremamente solubile e dalla forte personalità, apprezzata e utilizzata dai cuochi di tutto il mondo come ingrediente per dare un tocco di umami ai piatti. Il progetto parte dal lato dell'offerta, con un incentivo ai caseifici per trattenere sulle scalere le forme prodotte affinché non finiscano sul mercato prima del dovuto.

Il Consorzio presenterà inoltre il progetto Parmelier, a cura dell'Associazione Assaggiatori del Parmigiano Reggiano: serate, degustazioni e corsi aperti a tutti (chef, consumatori e operatori del settore) per conoscere meglio il formaggio Dop più amato dagli italiani.

Ma le iniziative legate al Parmigiano Reggiano Dop non terminano certo qui: dagli abbinamenti tra le diverse stagionature del formaggio con vini, birre e spiriti nazionali e internazionali (con partecipanti del calibro di Champagne Perrier-Jouët, Consorzio Alta Langa Docg, Vermouth Cocchi e Quality Beer Academy) al racconto di due razze di bovine d'eccellenza, la vacca bruna e la rossa; dalle gare a premi in cui si dovrà indovinare il peso di una forma di Parmigiano Reggiano ai laboratori di preparazione a mano della pasta fresca tipica dell'Emilia-Romagna; dai seminari informativi alle presentazioni e degustazioni organizzate dai singoli caseifici del Consorzio. cod 79628

Per informazioni:

www.parmigianoreggiano.com

FORMAGGI CONFEZIONATI IN SICUREZZA GRAZIE A FOODLINE DI SIAD

Nel settore lattiero-caseario il Gruppo Siad offre soluzioni studiate ad hoc per migliorare la produzione e la conservazione dei prodotti. Il Caseificio Preziosa si è affidato alla linea Foodline che utilizza gas alimentari

di ***Giorgio Lazzari***

Il Caseificio Preziosa, conosciuto soprattutto per il marchio "Mozzarella di Seriate", vanta un'ampia gamma di prodotti, distribuiti sia nel canale Horeca sia nella Gdo. Ha sede a Seriate, in provincia di Bergamo, ha festeggiato i 70 anni di attività, ma la produzione segue ancora i canoni originari, che garantiscono qualità e salubrità. Con 40 dipendenti e 1.000 quintali di latte lavorato ogni giorno, proveniente da 40 aziende agricole del territorio, i tre fratelli Mauro, Claudio e Marcello Preziosa gestiscono tutte le fasi, dalla produzione alla commercializzazione e distribuzione, anche con il marchio Agrilat, partendo dal prodotto "simbolo"

rappresentato dalla Mozzarella di Seriate, fornita anche a numerosi esercizi pubblici e pizzerie.

Mozzarella e ricotta secondo tradizione

L'attività principale dell'azienda si concentra maggiormente nella produzione di mozzarella da tavola, mozzarella da pizza di qualità e ricotta tradizionale fatta a mano. I prodotti con il marchio "Mozzarella di Seriate" partono da un concetto base: il prodotto non si fabbrica, ma si fa, grazie ad una lavorazione che rispetta in modo artigianale i tempi di trasformazione del latte in formaggio, l'utilizzo di materie prime di ottima qualità e gli impianti innovativi.

«Da quando ha iniziato nostro padre Teodosio - commenta **Mauro Preziosa** - lavoriamo il latte nella maniera più artigianale possibile. I casari arrivano alle 20 ed escono dalla linea produttiva con il prodotto confezionato e raffreddato subito alle 6 di mattina. La nostra ricotta si ricava per affioramento ed estrazione a mano, così come per la provola affumicata utilizziamo il metodo tradizionale con segatura di faggio naturale per alimenti. Si tratta di processi più lunghi e che richiedono maggiori costi, ma chiaramente assistiamo ad un risultato completamente diverso».

Confezionamento in sicurezza grazie a Foodline di Siad

Per il confezionamento in atmosfera modificata e la migliore conservazione in ambiente sterile di alcuni prodotti, il Caseificio Preziosa si è rivolto al Gruppo Siad, attivo da oltre 90 anni nella fornitura di gas tecnici, con cui da tempo ha instaurato una partnership legata in particolare all'utilizzo della linea "Foodline". Si tratta di una linea che vanta una serie di prodotti studiati ad hoc per adattarsi ai diversi processi nel settore del food&beverage.

Nel confezionamento in atmosfera protettiva o Map (Modified atmosphere packaging) Siad supporta i clienti con consulenze personalizzate. La diluizione o l'eliminazione dell'aria all'interno delle confezioni e la sua sostituzione con un gas o miscele di gas hanno l'obiettivo di prolungare la shelf-life, con maggiori tempi di immagazzinamento ed una migliore presentazione del prodotto.

Foodline utilizza gas alimentari tecnici che, singolarmente o in miscele, vengono introdotti all'interno delle confezioni per bloccare o ridurre la degradazione enzimatica e biochimica dei prodotti, nonché quella generata dai microrganismi presenti. I gas e le miscele Foodline vengono forniti in recipienti in pressione da 14 o 40 litri, attrezzati con dispositivi antinquinamento e dedicati esclusivamente al mercato alimentare.

«Siad è sempre in prima linea anche in campo alimentare - spiega **Luca Bellocchio**, specialista delle applicazioni di Siad - nello sviluppo di applicazioni dal contenuto tecnologico. Abbiamo soluzioni per la gestione e lo stoccaggio della materia prima, le fasi di produzione, porzionatura e confezionamento in atmosfera protettiva. Un'altra applicazione consiste nella surgelazione rapida del prodotto tramite l'utilizzo dell'azoto in tunnel rotativi "quick freezing". Siad fornisce la massima disponibilità per studiare soluzioni insieme ai clienti».

cod 79674

Visita il blog: **matterofgas.eu**

Siad
via S. Bernardino 92 - 24126 Bergamo
Tel 035 328111
www.siad.com

VIENI A TROVARCI A
TUTTOFOOD
MILANO
fieramilano 22-26 October 2021
Adding value to taste

GRANA PADANO
TORNA SOTTO I RIFLETTORI DELLE FIERE PIÙ IMPORTANTI

Renato Zaghini

Con oltre 5,2 milioni di forme prodotte nel 2020 (+2,2% rispetto al 2019), Grana Padano è il formaggio Dop più consumato nel mondo. Nemmeno la pandemia di Covid è riuscita ad arrestare il trend di crescita registrato da questa eccellenza tutta italiana, che ha messo a segno un vero e proprio boom nei consumi sia nazionali (+6,4% nel retail e +1,5% negli altri canali, con un totale di 2,9 milioni di forme vendute) che all'estero (+3,4%, con 2,1 milioni di forme vendute). Quello che in quasi tutti i settori è stato un "annus horribilis", per il Grana Padano ha segnato risultati positivi sui consumi, soprattutto quelli casalinghi, che hanno compensato le perdite dovute alla chiusura dei ristoranti. Ma il 2021 ha mantenuto lo stesso trend? Ce lo spiega nel dettaglio **Renato Zaghini**, presidente del Consorzio Tutela Grana Padano, che a settembre e ottobre, sulla scorta di un graduale ritorno alla "normalità", parteciperà ad eventi (di nuovo in presenza) di forte richiamo per l'agroalimentare e la ristorazione italiani.

Quest'anno fiere ed eventi tornano ad essere in presenza, pur con tutti gli accorgimenti e le garanzie di sicurezza. Che cosa ha significato per le aziende e i consorzi di produttori rinunciare per molti mesi a vetrine così importanti a causa del Covid?

Ha indubbiamente fatto perdere importanti occasioni di confronto e di crescita. Sottoporre al giudizio dei buyer di tutto il mondo le proprie produzioni aiuta a crescere e soprattutto apre opportunità di sviluppo su nuovi mercati. I consumatori ci hanno co-

munque seguito, ma con le prime riaperture avviate nel 2021 è necessario che anche questi eventi tornino verso una graduale normalità in assoluta sicurezza.

Tra settembre e ottobre il Consorzio Tutela Grana Padano parteciperà a Cheese, il più grande evento internazionale dedicato ai formaggi, e TuttoFood, il Salone b2b del settore agroalimentare che quest'anno si svolgerà insieme a Host, fiera internazionale dell'ospitalità professionale. Quali attività avete in programma?

Saremo a TuttoFood e parteciperemo ad altre manifestazioni non solo proponendo la qualità del Grana Padano, ma anche valorizzando i territori che lo producono. Inoltre, punteremo a far conoscere sempre meglio le varie stagionature, con tutta la ricchezza di gusti e profumi che il tempo e le caratteristiche dei luoghi di lavorazione sanno declinare.

Quale è stato l'andamento di produzione e consumi di Grana Padano nella prima metà di quest'anno?

Nei primi sette mesi del 2021 abbiamo visto minori consumi domestici per la ripresa della ristorazione, ma anche cambiamenti delle abitudini e delle richieste dei consumatori, in particolare dei più giovani, molto attenti alla sostenibilità ambientale nelle loro scelte. Pur rimanendo assai più alti che nel 2019, sono più bassi rispetto al 2020. Nel Retail, che concentra gli acquisti delle famiglie italiane, registriamo un segno negativo. Nell'Horeca, il canale della ristorazione outdoor, la tendenza è opposta, anche se siamo ben lontani dai livelli pre-Covid. Nello stesso periodo la produzione è scesa dello 0,63% rispetto a primi sette mesi del 2020. Buone notizie arrivano invece dall'export, dove la ristorazione punta con decisione ai pregiati formaggi italiani Dop, sia per tradizione e garanzie di qualità, sia per i successi sportivi e non solo degli ultimi mesi che hanno fatto crescere il brand Italia. Da gennaio a luglio il Grana Padano Dop ha visto il 42% dei consumi all'estero ed il 58% in Italia.

Com'è cambiata la comunicazione del Grana Padano nell'ultimo anno e mezzo? Che ruolo hanno giocato il web e i canali social?

Tutta la comunicazione online acquista sempre maggiore spazio, soprattutto tra i giovani e tra quanti cercano le notizie che li interessano e non quelle scelte dai media. È chiaro quindi che dobbiamo pensare a "comunicazioni" e non più ad un unico messaggio buono per tv e carta stampata, e arrivare quasi a personalizzare i contenuti che vogliamo diffondere. Siamo quindi orientati anche ad una comunicazione che approfondisca contenuti e risponda a domande su temi sempre più sentiti come sostenibilità ambientale, benessere animale, transizione ecologica. E puntiamo a messaggi capaci di soddisfare curiosità in modo semplice e creativo, con ampio ricorso alle immagini.

> «Saremo a TuttoFood e parteciperemo ad altre manifestazioni non solo proponendo la qualità del Grana Padano, ma anche valorizzando i territori che lo producono. Inoltre, punteremo a far conoscere sempre meglio le varie stagionature, con tutta la ricchezza di gusti e profumi che il tempo e le caratteristiche dei luoghi di lavorazione sanno declinare.»
>
> *Renato Zaghini*
> *presidente del Consorzio Tutela Grana Padano*

Sul tema dell'obbligo vaccinale sui luoghi di lavoro, qual è la posizione del Consorzio?

È una materia delicata e complessa. Da sempre ci atteniamo scrupolosamente alle disposizioni del governo e le applichiamo con rigore, a cominciare dal green pass.

cod 79565

Per informazioni:
www.granapadano.it

IN COLLABORAZIONE CON

IL TAGLIERE RITORNA PROTAGONISTA SULLA TAVOLA

Negli ultimi anni si parla di "rivincita" del tagliere, ovvero il ritorno in tavola del tradizionale tagliere di salumi e formaggi che, grazie alla sua versatilità e presentazione estetica, si presta ad essere immortalato per la condivisione su tutti i social network, diventando un elemento di visibilità e distinzione per il ristoratore. In collaborazione con l'Associazione professionale cuochi italiani (Apci), punto di riferimento per la ristorazione di qualità, nasce "Selezione Pro Chef" di Lactalis Italia: una vera e propria selezione dei migliori salumi e formaggi da degustazione, studiata dagli chef per gli chef e firmata da "Egidio" che ne garantisce la qualità grazie alla sua esperienza di produzione centenaria.

Il tagliere di salumi e/o formaggi rappresenta il piatto ideale che non può mai mancare nel menu dei ristoranti, con l'obiettivo di arricchire la proposta gastronomica e aumentare lo scontrino medio, infatti 8 ristoranti su 10 dichiara di averlo nel proprio menu (fonte: ricerca interna condotta con gli chef di Apci, novembre 2020). Il tagliere, se ben studiato, rende distintiva l'offerta, è un piatto versatile e di facile preparazione, e allo stesso tempo ricercato nell'accostamento di sapori e prodotti differenti.

Il tagliere costituisce un vero e proprio food trend che cattura i clienti nel mondo digitale grazie alla cromaticità e creatività della propria composizione, e li conquista nel mondo reale offrendo un'esperienza culinaria dai sapori variegati. Oggigiorno il settore della ristorazione non può prescindere quindi dai trend che nascono online e diventa fondamentale che ogni piatto sia "a prova di scatto" e riesca ad attrarre un consumatore sempre più condizionato e guidato dal mondo digitale nelle sue scelte gastronomiche.

Il tagliere è sinonimo di condivisione e convivialità, elementi venuti meno durante gli ultimi due anni, e si presta ad essere un buon espediente per la ripresa dei consumi fuori casa. Le parole d'ordine devono essere l'originalità e la qualità, bisogna osare e sorprendere il cliente con la semplicità, privilegiando ed esaltando le caratteristiche e la storia delle materie prime. Il tagliere deve rappresentare un viaggio gastronomico nella tradizione di sapori e consistenze diverse, un'esperienza culinaria che deve lasciare il ricordo. cod 79312

Per informazioni: Tel 800 990991

IMPASTO ITALIANO
DAGLI ESPERTI CONSULENZA E SUPPORTO

Divulgare la cultura della panificazione, ristorazione e pasticceria made in Italy. È questo l'obiettivo di "Impasto Italiano", il team di professionisti dell'arte bianca e del food, costituto nel 2019, che si sono uniti, spinti dalla stessa grande passione per il proprio lavoro e dalla volontà di offrire agli imprenditori esperienza e competenze per affiancarli nella realizzazione di progetti completi di aziende e privati, oppure a supporto nella gestione dell'impresa a seconda delle singole esigenze.

Ai vertici del gruppo c'è un vero e proprio pool di professionisti: il panificatore di terza generazione **Edoardo Corti**, l'imprenditore **Andrea Cagna**, il vulcanico pastry pop **Andrea Strabba Tamagnini**, il panificatore e consulente tecnico **Ivo Corsini**, il panificatore e artigiano 2.0 **Luca Scarcella**, il maestro gelatiere **Andrea Bandiera** e il maestro panificatore **Gianfranco Fagnola**, definito un "artigiano fuori dalle righe" anche per la sua cultura internazionale che spazia oltre i confini nazionali.

«Cerchiamo di mettere la nostra professionalità e le nostre conoscenze a supporto dei professionisti. Le nostre soluzioni - spiega Corti - non sono figlie di scorciatoie: i risultati richiedono sforzo, impegno, costanza e coerenza. Ci occupiamo dello sviluppo di progetti per i singoli laboratori, ma anche per le grandi realtà industriali in Italia e nel mondo. La nostra finalità è di fornire ai professionisti gli strumenti per lavorare e proporre i veri prodotti da forno made in Italy».

Consulenze qualificate da parte di professionisti dell'arte bianca

Le consulenze offerte agli artigiani dell'arte bianca comprendono lo sviluppo di progetti, l'indicazione nell'utilizzo di macchinari più idonei e delle applicazioni più all'avanguardia, così come l'utilizzo della materia prima. «Abbiamo avviato una collaborazione con il Gruppo Agugiaro&Figna Molini - spiega Strabba - perché è la farina che usiamo abitualmente nei nostri laboratori e quindi la conosciamo bene. È una farina affidabile, facile da lavorare, con prestazioni stabili che ci permette di consigliare a ciascun cliente il miglior metodo di lavorazione».

Edoardo Corti

Andrea Strabba Tamagnini

MIA, Macinazione Integrata Autentica

I professionisti di "Impasto Italiano" sono stati fra i primi a testare MIA, acronimo di Macinazione Integrata Autentica concepita attraverso l'utilizzo di un innovativo processo che associa due tipi di molitura: la più tradizionale a pietra con la moderna a cilindri. «Le farine MIA - spiega Corti - sono studiate, perfezionate nel laboratorio di "Ricerca e Innovazione Prodotto" del Gruppo molitorio Agugiaro&Figna, dove si testano la resa e le rese organolettiche con una minuziosa e attenta preparazione dei prodotti».

Ivo Corsini

Tra quelli ottenuti con Macinazione Integrata ci sono MIA X, MIA M, MIA S (da farine di grano tenero tipo 1), MIA GRA (da Grani Antichi 100% italiani) e MIA SEI (semola rimacinata da grano duro integrale). «MIA - spiega Ivo Corsini, che oltre a far parte del team di Impasto Italiano è anche tecnico consulente dell'azienda - rivela pienamente l'alta qualità dei grani selezionati e la Macinazione Integrata, preservandone tutte le diverse sfumature, da quella dolce della componente germinativa del chicco, alla più ricca ed intensa del cuore, fino a quella più rustica e caratterizzante della parte migliore della crusca. La qualità proteica variabile fra il 12 e il 14% garantisce la perfetta tenuta e lavorabilità, permettendo l'ottimo assorbimento d'acqua».

Un vero e proprio pool di professionisti dell'arte bianca e del food che offrono agli imprenditori esperienza e competenze per affiancarli nella realizzazione di progetti e nella gestione della loro attività

Le 5 referenze della gamma MIA

- **MIA S** - Semplice diretta, adatta a ridotti tempi di lievitazioni, si presta a tutte le preparazioni in cui necessita una pronta reazione ai processi fermentativi e dove è richiesta una modesta elasticità.
- **MIA M** - Multipla ed estensibile. Supporta e agevola la realizzazione d'impasti in cui si cerca lo sviluppo di una mollica voluminosa e ben strutturata con crosta friabile e sottile.
- **MIA X** - Extra ed elastica. Adatta a lunghe lievitazioni e nei lavorati in cui si cerca un notevole sviluppo di volume, una maglia glutinica che agevola il controllo della lievitazione e sostiene l'assorbimento dei grassi.
- **MIA SEI** - La semola di grano duro "integrale" rustica e gustosa, dalla granatura fine ed omogenea, perfettamente calibrata che rende docile le lavorazioni. Rispetto ad altre semole, si differenzia per abbondanza e leggerezza nelle fibre contenute.
- **MIA GRA** - La farina ricca e genuina, tipo "2", ottenuta dalla lavorazione di grani antichi 100% italiani (Verna, Autonomia, Abbondanza, Frassineto). Adatta a brevi lievitazioni e per processi di lavorazione delicati nel rispetto della tradizione. cod 79273

Agugiaro&Figna Molini
Strada dei Notari 25/27 - 43044
Collecchio (Pr) - Tel 0521301701
www.agugiarofigna.com

SCROCCHIARELLA
QUALITÀ CHE TI SORPRENDE

Italmill inaugura la stagione autunnale con due nuove referenze da acquolina in bocca: Integrale e Riso Venere

Scrocchiarella Riso Venere

foto: Phototecnica.it

Con un know-how consolidato nel lievito naturale madre, Italmill ha risposto per prima alle nuove esigenze del mercato Horeca con una linea di prodotti per l'operatore del fuori casa. Dalla ricetta del tutto artigianale preparata con il Mix Scrocchiarella, con lievito naturale madre, l'azienda ha lavorato per declinare lo stesso concetto di qualità artigianale anche ad una linea frozen top quality. Un vero e proprio progetto che guarda oltre il delivery e tiene in considerazione sia le attuali esigenze di riorganizzazione dell'operatore che quelle del cliente finale.

Le basi Scrocchiarella sono preparate con farine selezionate, lievito naturale madre e olio extravergine d'oliva "t.o.p." (tracciabilità origine prodotto) dell'azienda Coppini Arte Olearia, nel rispetto dei tempi di lievitazione e dei passaggi di lavorazione artigianali dell'impasto tradizionale. Risultato? Scrocchia al taglio e al morso, con una fragranza ineguagliabile. Grazie al lievito naturale madre, per il quale Italmill è leader di mercato, infatti, il prodotto risulta più ricco di gusto e più digeribile, mantenendo tutte le sue caratteristiche anche a freddo.

Base Scrocchiarella Riso Venere

Base Scrocchiarella Integrale

Integrale e Riso Venere sono i due nuovi gusti della base tonda diametro 31 per l'operatore che vuole diversificare la propria proposta con prodotti funzionali orientati al benessere, rivolti ad una clientela attenta al proprio regime alimentare e alle proprietà nutrizionali di ciò che consuma, sia in casa che fuori casa.

Integrale: ideale per chi predilige prodotti bakery meno raffinati e più ricchi di fibre. La sua pienezza di gusto si presta a creare il giusto contrasto con farciture a base di salumi e formaggi tipici. Per questo molto adatta alle farciture autunnali e invernali.

Riso Venere: di colore viola con piccoli puntini neri, questo sfarinato risulta curioso alla vista e gradevole per il suo gusto delicato da veri intenditori, particolarmente adatto a farciture con pesce, crostacei ma anche con formaggi o per pizza o focaccia bianca. Noti per le qualità funzionali, i chicchi di riso nero oltre ad essere ricchi di sali (fosforo, potassio, ferro, zinco e selenio) sono particolarmente ricchi di antociani dalle proprietà antiossidanti per combattere l'invecchiamento cellulare. cod 79616

Italmill
via San Pietro 19/A - 25033 Cologne (Bs) - Tel 030 7058711
www.italmill.com

Le Palline per pizza e Basi per pizza surgelate Molino Spadoni si distinguono per qualità e contenuto di servizio. Perfette per servire pizze farcite, intere o al trancio, ma anche focacce semplici o con svariati topping

PALLINE E BASI PER PIZZA

MOLINO SPADONI FA LA DIFFERENZA

Molino Spadoni dedica ai professionisti del mondo Food service e Horeca una gamma completa di impasti e panificati surgelati ad alto contenuto di servizio. Soluzioni concepite per semplificare a pizzerie, ristoranti, bar e tavole calde i processi con prestazioni "time saving". Tra questi le Palline per Pizza, una proposta che consente di realizzare pizze in versione Classica, alla Soia, ai 7 Cereali, al Khorasan Kamut, al Farro integrale e al Carbone vegetale, senza le tipiche difficoltà gestionali di farine che derivano da grani differenti e che hanno comportamenti particolari in termini di coesione e lievitazione.

La gamma è a base di pasta madre, per garantire la fragranza, il sapore autentico e la leggerezza di una pizza da professionisti. Facili e veloci da utilizzare, sono risolutive anche quando si devono servire piccoli numeri e preparare grandi quantità risulterebbe inutile e dispendioso: possono essere scongelate al bisogno, per diversificare l'offerta creando maggior appeal, mantenendo però sotto controllo gli sprechi e, di conseguenza, il food cost.

Altra soluzione a portata di freezer è la gamma di Basi per Pizza da farcire a piacere, perfette per chi vuole saltare il passaggio della stesura dell'impasto. Realizzate con biga e pasta madre e lasciate lievitare per minimo 20 ore, risultano molto digeribili, con un gusto e un profumo intensi, nonché una alveolatura più sviluppata. Sono in forma rettangolare e rotonda, stese a mano, in diverse ricette: Base Pizza alla Pala tipo "0", "1" e "2", ai 7 Cereali, al Riso Nerone e la Margherita con pomodoro 100% italiano e mozzarella senza lattosio con latte fresco italiano di alta qualità e di produzione interna. Sono disponibili in varie misure a seconda della referenza, in confezioni singole o da tre.

Queste basi sono perfette da servire come pizze farcite, intere o al trancio, ma anche come focacce semplici con olio, sale e rosmarino oppure da condire con svariati topping.

cod 78571

Molino Spadoni
via Ravegnana 746 - 48125 Coccolia (Ra) - Tel 0544 569056
www.molinospadoni.it

POKER, IN UN RAVIOLO TUTTA LA BONTÀ DELLA CUCINA REGIONALE

Pasta fresca ripiena, senza mai demordere dalla tradizione lombarda da oltre sessant'anni. Siamo ad Albano S. Alessandro (Bg), dove ha sede il Raviolificio Poker guidato da Rosa Carissimi e dal marito Giuliano Brignoli. La genuinità è per loro un termine di casa in quanto il processo produttivo non prevede additivi, coloranti, conservanti o derivati ogm. Si punta sull'innovazione tecnologica e sulla catena del freddo per la conservazione della pasta fresca, declinata di diverse varianti.

«Il nostro obiettivo - ricorda **Rosa Carissimi** - viene espresso dal motto "ci piace produrre ciò che ci piacerebbe mangiare". Prodotti del territorio che vantano una carta d'identità ben definita, che si traduce nella scelta di dar vita a pasta fresca ripiena secondo ricette originali e materie prime selezionate mediante il giusto equilibrio di esperienza e innovazione tecnologica».

Oggi l'azienda bergamasca produce oltre 50 ricette portando la tradizione locale e la territorialità dei prodotti direttamente sulla tavola dei consumatori, ma al tempo stesso ha creato ricette con diverse bontà sia italiane sia estere. «Mettiamo le regioni d'Italia in un raviolo - sottolinea Rosa Carissimi - e siamo orientati a portare nella nostra pasta fresca ingredienti della tradizione europea».

Nell'ambito dell'articolato ventaglio di referenze, noti rappresentanti della tradizione bergamasca sono i Casonsèi de la Bergamasca e gli Scarpinocc de Pàr secondo la ricetta originale. La profonda identità del territorio si esprime anche con i ravioli della Dea: Scalmanàcc e Balòss, dedicati all'Atalanta e ai suoi tifosi.

Dalla Bergamasca provengono i Saccottini con noci e farina di castagne, mentre traendo ispirazione dall'Italia, Poker ha inventato i Tortelli all'amatriciana, le Caramelle speck e radicchio rosso e il Pizzoccherello dalla tradizione valtellinese.

Le farciture "oltreconfine" che ispirano la Linea Gourmet si esprimono con i Tortelli al Pata Negra Bellota 100% iberico e con i Tortelli al Baccalà Gadus Morhua norvegese.

cod 78752

Raviolificio Poker
via Spallanzani 28 - 24061 Albano S. Alessandro (Bg) - Tel 035 581454
www.raviolificiopoker.it

OSSERVATORIO CORDONS BLEUS

ROMBO, AL VAPORE O ALLA GRIGLIA LE COTTURE MIGLIORI PER ESALTARLO

di ***Toni Sàrcina***
presidente Commanderie des Cordons Bleus Italia

Sul perché si chiami "rombo" non esiste proprio alcun dubbio: la forma di questo pesce, infatti, è quasi perfettamente identica alla figura geometrica. Il rombo (in francese "turbot") può raggiungere anche dimensioni notevoli fino a 70-80 cm di lunghezza e appartiene, come la sogliola (della quale abbiamo già parlato nella scorsa rubrica), alla categoria dei pesci piatti, con un occhio per lato, ma nei quali uno di questi, con la crescita, migra sul lato dove la pelle è più scura, cioè più adatta a mimetizzarsi. Anche questa specie, infatti, vive adagiata con la parte bianca verso il basso, sulla sabbia che solleva con le pinne laterali, quel tanto di fondale che gli serve a nascondersi agli occhi delle proprie prede.

Come tutte le varietà considerate pregiate, il rombo è carnivoro. È una specie apprezzata nel mondo, in particolare tra i buongustai francesi, per le caratteristiche organolettiche delle sue carni che si sposano perfettamente con i sapori tradizionali della cucina d'oltralpe. Non a caso per il rombo i cuochi hanno inventato un'apposita pentola, generalmente di rame, che consente di cucinarlo intero: si tratta della "turbotière", che ha forma romboidale e pareti medio alte.

Varietà

A questa famiglia appartengono più specie. Le principali sono rombo liscio e rombo chiodato, chiamate anche, rispettivamente, rombo minore e maggiore. La principale differenza tra queste due tipologie sta nella diversa costituzione della pelle del "dors" (cioè la parte scura con gli occhi), che è liscia nel primo caso e ricca di tubercoli ossei (i chiodi appunto) nel secondo. Inoltre il rombo chiodato è normalmente di taglia superiore.

Proprietà nutrizionali

Commercializzato solo eviscerato, specie quando è d'importazione (tuttavia tale pratica si sta diffondendo sempre più anche in Italia), appartiene alla categoria dei pesci magrissimi; contiene, infatti, l'1,5% di lipidi, il 16% circa di proteine e ha una piccola percentuale anche di glicidi (1,5%) che gli conferiscono un sapore vagamente dolciastro. Pur fornendo solo

circa 85 calorie per ogni 100 g di parte edibile, la compattezza delle bianche carni e il loro gusto particolare lo fanno giudicare erroneamente da alcuni un pesce semigrasso. Così non è, e infatti, secondo il parere di eminenti nutrizionisti, è consigliato a bambini, anziani e a quei soggetti che presentano problemi di alimentazione e/o digestione.

Utilizzo in cucina

Il rombo è ottimo cotto al vapore, presentato sia intero, sia a filetti, accompagnato da salse diverse. È perfetto anche grigliato, intero o in tranci, e naturalmente sfilettato. Anche le cotture al forno valorizzano appieno le carni saporite e morbide di questo pesce, accompagnandolo con contorni diversi, in particolare gli asparagi, i carciofi e i funghi. Non è adatto alle preparazioni a crudo perché potrebbe essere soggetto alla presenza di Anisakis.

In congelatore

La carne compatta del rombo lo rende adatto alla congelazione e anche il prodotto acquistato surgelato conserva in larga misura tutte le caratteristiche nutritive del fresco.

Come sfilettare il rombo

Vediamo ora come ottenere senza troppa difficoltà i filetti del rombo nella sequenza che segue:

- con un coltello incidere tutt'attorno alle branchie;
- con la punta di un coltello affilato incidere il pesce lungo la lisca centrale, dalla testa alla coda;
- inserire quindi la lama, quasi di piatto, in alto tra il filetto e la lisca e lavorando con movimenti brevi, staccando il filetto inferiore;
- procedere nello stesso modo per il filetto superiore;
- rigirare il rombo e staccare gli altri 2 filetti con la stessa procedura;
- disporre i filetti sul piano di lavoro con la parte della pelle rivolta in basso;
- afferrare la parte iniziale della pelle con la punta delle dita, inserire la lama del coltello piatto leggermente di sbieco, tra la polpa e la pelle e farla scivolare in avanti il più vicino possibile alla pelle staccando il filetto;
- eliminare la pelle;
- pareggiare i filetti dando loro una forma regolare. cod 79401

"Filetto di rombo con asparagi e codium", ricetta di Heinz Beck, socio Euro-Toques e chef del ristorante tre stelle Michelin La Pergola, all'interno del Rome Cavalieri Waldorf Astoria di Roma.

Un investimento strategico a basso impatto ambientale. Potenziato il servizio di selezione e vendita del pesce. Bergamo si rafforza come mercato ittico. Consumi in ripresa dopo la riapertura dei ristoranti

OROBICA PESCA SI RAFFORZA NUOVA SEDE E HUB DI GRUPPO

Orobica Pesca prosegue la sua crescita con una nuova sede, che segna una ripartenza sostenibile del settore. L'hub di oltre 5 mila metri quadrati, inaugurato a Stezzano, in provincia di Bergamo, ha comportato un investimento di 15 milioni di euro e darà un ulteriore slancio per lo sviluppo di nuove opportunità commerciali grazie alla posizione strategica e a strutture all'avanguardia che consentiranno di migliorare il servizio e la proposta di prodotti di alta gamma. La costruzione, avvenuta ad opera della Vitali Spa, ha privilegiato innovazione tecnologica e basso impatto ambientale. Da più di 50 anni Orobica Pesca è specializzata nella distribuzione di prodotti ittici e alimentari nel nord Italia e all'estero. La nuova sede operativa si estende su una superficie di circa 11mila mq, con oltre 3mila mq dedicati al magazzino, oltre 700 mq di celle frigorifere di ultima generazione, 16 baie di carico di cui 5 dedicate ai mezzi pesanti in ingresso e oltre mille mq di uffici e locali accessori al primo piano dell'immobile. A tutto ciò si aggiungono un ampio spazio di quasi 900 mq dedicato al Cash&Carry e una superficie di 100 mq per la vendita al dettaglio, concepiti come un vero e proprio showroom, dove poter ricevere la clientela in spazi innovativi e confortevoli.

A sostegno dell'Horeca con un occhio alla sostenibilità ambientale

Con questo investimento, Orobica Pesca vuole essere ancora più vicina ai clienti del settore Horeca con particolare attenzione alla ristorazione tradizionale, offrendo il miglior supporto possibile per la ripartenza. Gli spazi sono concepiti volutamente non solo come aree operative ma anche come luoghi di incontro e di

sperimentazione che consentiranno di migliorare ulteriormente la logistica e gli standard qualitativi delle lavorazioni e dei processi. Tutta l'area è caratterizzata da elevati standard costruttivi e da interventi atti a contenere il fabbisogno energetico degli edifici per ridurne l'impatto ambientale. L'edificio è infatti provvisto di impianti fotovoltaici e di impianti di conservazione dei prodotti alimentari ad alta tecnologia progettati e costruiti con dei materiali e impianti ad elevati standard qualitativi, per la conservazione ed il raffreddamento, che consentono il massimo risparmio di energia a tutela dell'ambiente circostante.

«Oggi abbiamo raggiunto il traguardo massimo dei sogni, frutto del lavoro e della passione – commenta commosso **Giovanni Cacciolo Molica**, fondatore di Orobica Pesca, introdotto dall'amministratore delegato Fabrizio Bonifaccio - Sono quarto di nove figli, a 17 anni ho lasciato la mia terra per cercare fortuna e l'ho avuta grazie a tanta salute e voglia di lavorare. Devo ringraziare mia moglie che mi ha aiutato in Orobica Pesca ma anche a crescere i miei tre figli. L'azienda è cresciuta grazie all'ingresso di collaboratori sempre più bravi, tra i quali voglio citare mio genero Ottavio Duzioni. Bergamo è diventata il centro ittico d'Europa, non abbiamo il mare ma siamo conosciuti in tutto il mondo, visto che esportiamo pesce fresco a Las Vegas, New York, Hong Kong, Vietnam, Dubai, Austria, Svizzera e Germania. L'inaugurazione di oggi non è un punto di arrivo, ma di partenza».

«Oggi è una giornata molto importante per noi e ringraziamo Vitali Spa per essere riuscita a dare forma in maniera eccellente alle nostre idee - commenta **Franca Cacciolo Molica**, presidente di Orobica Pesca - La decisione di realizzare una nuova sede nasce dai limiti dimensionali dell'edificio di Bergamo: il segno di un'azienda cresciuta molto negli ultimi anni pre-pandemia e che crede molto nella ripartenza di tutto il settore della ristorazione. Con questo nuovo hub potremo semplificare e migliorare i flussi logistici, dall'entrata della merce alla spedizione finale, migliorare ulteriormente il servizio ai nostri clienti, ottimizzare le risorse a disposizione e consentire il futuro investimento in nuovi progetti. È quindi, un inno alla ripresa. Per questo siamo felici di entrare a far parte dello Stezzano Business Park, area in cui si concentrano player molto importanti per l'economia italiana e non solo».

Da sinistra, Fabrizio Bonifaccio, Simone Tangorra, Giovanni Cacciolo Molica con signora, Franca Cacciolo Molica, Massimo Vitali

Con Orobica Pesca evolve anche il Business Park

«Abbiamo immaginato fin dal primo momento uno spazio dinamico e a misura d'uomo, inserito organicamente nel paesaggio circostante, dal punto di vista estetico, architettonico ed energetico - dichiara **Massimo Vitali**, direttore generale di Vitali Spa - Il Business Park è a tutti gli effetti un luogo di incontro e contaminazione, un generatore di valore e crocevia della conoscenza. Un moderno community hub che acquista ancora più valore grazie all'apertura della nuova sede di Orobica Pesca, un'eccellenza italiana riconosciuta. Collaborare con una realtà così avanzata è stato molto stimolante, abbiamo messo in campo competenze diverse per raggiungere un obiettivo comune: creare un hub tecnologicamente avanzato, unico nel suo settore, in un contesto orientato alla sostenibilità. E, lasciatecelo dire, siamo ancora più orgogliosi di poter inaugurare oggi questa nuova area, certi che possa essere un simbolo importante per un Paese che desidera ripartire con forza e vitalità».

«Un insediamento all'avanguardia - conclude **Simone Tangorra**, sindaco di Stezzano - Sappiamo quanto sia importante avere sul territorio aziende serie, come Orobica Pesca, che curano aspetti fondamentali quali l'innovazione tecnologica, la sostenibilità ambientale e soprattutto i processi di salvaguardia della salute dei lavoratori. Sono fiducioso che questa nuova avventura creerà nuove opportunità anche per la cittadinanza».

cod 78557

Orobica Pesca
via Santuario - 24040 Stezzano (Bg)
Tel 035 4172811
www.orobicapesca.it

SALUMIFICIO SAN MICHELE PORTA NEL MONDO L'ALTA QUALITÀ ITALIANA

Esportare prodotti italiani all'estero con successo non è facile, e l'ultimo periodo non ha certo migliorato le cose. Gli italiani, però, sono una garanzia quando si parla di alcune tipologie di prodotto, ed in particolare del cibo. I prodotti alimentari italiani sono infatti conosciuti ed apprezzati da tempo all'estero, soprattutto grazie ai cosiddetti marchi di garanzia di qualità, al pratico sistema europeo di tutela delle Dop e Igp, alle particolari regole italiane molto stringenti in fatto di controlli degli alimenti e alla percezione di salubrità della dieta mediterranea nei Paesi stranieri. L'export del Belpaese è quindi in buona parte concentrato sui prodotti simbolo della qualità Made in Italy, quali vino, olio, formaggi e salumi.

Salumificio San Michele si è sempre contraddistinto per l'altissima qualità dei suoi prosciutti Dop e non, diventando un marchio riconosciuto e apprezzato in tutto il mondo. Da anni mantiene un occhio di riguardo particolare per i mercati esteri, che costituiscono ad oggi quasi il 50% del fatturato.

L'importanza di una comunicazione efficace

Per esportare con successo non sono necessari solamente uno studio e una conoscenza approfondita del mercato a cui ci si vuole rivolgere, ma anche la disponibilità e l'accesso a tecnologie e lavorazioni particolari dei prodotti per poter rispettare le stringenti normative imposte dai differenti Paesi (ad esempio gli Usa). È inoltre imprescindibile prevedere una strategia di creazione e mantenimento di contatti con importatori adatti al target di mercato che si vuole raggiungere ed in linea con la propria identità aziendale. Essenziale supportare il tutto attraverso una comunicazione efficiente dei propri valori chiave.

Partner in grado di valorizzare i prodotti Made in Italy di qualità

Ne è un esempio la collaborazione istituita di recente con un importante cliente americano, che si occupa della distribuzione di prodotti alimentari "di nicchia" e di altissima qualità, con l'ingresso nel

loro catalogo dei prosciutti interi Parma Dop a marchio San Michele. Questo tipo di partner è infatti in grado di valorizzare i prodotti Made in Italy di qualità, mantenendo vivo lo storytelling aziendale e riuscendo a sua volta a trasmetterne i valori ai propri clienti, ma per instaurare una collaborazione di successo è prima necessario evidenziare i punti di forza dell'azienda. Infatti, in diversi mercati, in quello Usa soprattutto, i prospect commerciali di maggior interesse non ricercano solamente prodotti italiani, ma hanno bisogno sempre più di un contesto di ampio valore da poter comunicare.

I punti di forza di San Michele

Filiere di produzione controllate, azienda ecosostenibile, con innovazione e investimenti costanti per esserlo sempre di più, solide radici nella tradizione e una storia di famiglia da poter raccontare, innovazione nel modo di presentarsi, ad esempio proponendo un virtual tour attraverso cui dall'estero si possa agevolmente "visitare" e far conoscere i propri stabilimenti all'avanguardia. Sono questi i punti di forza grazie ai quali San Michele è stato in grado di aprirsi a nuovi tipi di mercato.

Al momento, grazie alle solide relazioni allacciate con i propri importatori, e ad una comunicazione mirata e di successo, San Michele ha aperto canali commerciali con Messico, Uruguay, Canada, Giappone, Stati Uniti, Russia, Argentina, con ulteriori sviluppi in vista.

cod 79364

Salumificio San Michele
via Pallavicina 11 - 26010 Offanengo (Cr) - Tel 0373 244800
www.san-michele.it

MENÙ, UNA GAMMA COMPLETA PER RISTORANTI D'ECCELLENZA

Affidarsi all'esperienza e alla professionalità che Menù offre da oltre 90 anni è la scelta di molti ristoratori e cuochi italiani, che possono contare ogni giorno su prodotti di elevata qualità, dalle eccellenti proprietà organolettiche e dall'alto contenuto di servizio. L'azienda di Medolla (Mo) ha infatti messo a punto nel corso degli anni un'ampia gamma di prodotti pensati appositamente per una ristorazione di livello, attenta alle nuove tendenze.

Ne sono un esempio le referenze di mare, ideali per creare un menu di pesce prelibato: ÈSalicornia (il gustoso "asparago di mare"), ÈBisquedicrostacei, ÈBaccalà, i Filetti di Acciughe del Cantabrico, i Carpacci di pesce e le Bottarghe sono alcune delle referenze a catalogo, materie prime di elevata qualità e preparazioni realizzate secondo le ricette tradizionali adatte per valorizzare ogni menu di pesce.

Per chi cerca "quel tocco in più", ecco le specialità di terra più ricercate, come i Porcini a fette trifolati, il Carpaccio di tartufo, lo Zafferano in pistilli, ÈAgretti ("barba di frate") e "Mini-Red" Pomodoro semisecco Pizzutello (dolcissimi pomodorini campani in stile confit).

Per impreziosire o finalizzare un piatto ci si può invece affidare a prodotti di punta come l'Aceto balsamico tradizionale di Modena Dop Extravecchio con oltre 25 anni di invecchiamento, la Preparazione a base di burro chiarificato e tartufo e la Miscela di fiori per decorazione: ingredienti sfiziosi e ricercati per donare a ogni piatto un "plus" di originalità.

In Menù si lavorano le migliori materie prime di provenienza quasi esclusivamente italiana, con un occhio alle coltivazioni locali. Giunti nello stabilimento, gli ingredienti vengono lavorati con tecnologie produttive all'avanguardia. A lavorazioni standard si affiancano tecnologie esclusive e uniche al mondo, come l'Asettico, le Alte Pressioni o l'innovativa Evolution, che riduce i tempi di trattamento termico. cod 79254

Menù Industria Specialità Alimentari
via Statale 12, 102 - 41036 Medolla (Mo) - Tel 0535 49711
www.menu.it

STUZZICHINI SALOMON URBAN TASTE E CONDIVISIONE

Stuzzicanti bocconcini su tagliere e tapas incontrano il gusto del tempo e portano gli ospiti ad esprimere la propria individualità culinaria. Protagonisti assoluti della scena quando si tratta di placare la fame, assaggiare e condividere, offrono ai ristoratori un doppio vantaggio: come contorni d'eccellenza sono infatti sia l'ingrediente perfetto per aumentare il margine di guadagno sia una fantastica opportunità per provare qualcosa di nuovo in formato mini. Il sapiente accostamento di prodotti freschi a specialità pronte di alta qualità apre inedite possibilità. Per questo, Salomon FoodWorld ha reinterpretato alcuni top-seller e creato innovativi finger food e stuzzichini.

Piccole porzioni, grandi potenziali

- I nuovi **Mozzarella Onion Rings** mettono insieme delicati bastoncini di mozzarella e anelli di cipolla dal sapore gustosissimo avvolti da una deliziosa e croccante panatura. Il versatile antipasto vegetariano nel formato ad anelli ha stoffa da vendere anche come snack!
- Più lunghi, più sottili, più eleganti: prelibati bastoncini di mozzarella in un'irresistibile tempura croccante, le nuove **Mozzarella Fries** sono la ghiotta alternativa alle patatine fritte. Impossibile non lasciarsi tentare!
- Basta il nome a far venire appetito: **Homestyle Chik'n Fingers Buttermilk**. L'apprezzato snack incontra ora il gusto di tendenza del latticello e una croccante impanatura grossolana all'insegna del fatto in casa. La veste casereccia ne esalta l'eccezionale piacere al palato.

Innovazioni dal sapore urbano

Dietro a queste e altre novità si cela il nuovo concetto "urban taste" di Salomon FoodWorld. L'espansione delle città sta progressivamente cambiando gli spazi e lo stile di vita della gente, generando inedite sfide e opportunità per la ristorazione. Vivere in maniera nuova implica evoluzioni, anche in ambito gastronomico! Le innovazioni presentate da Salomon FoodWorld per il 2020 vertono sui concetti di "urban kitchen" e "urban community". Il nuovo stile di vita - mobile, digitale, globale e connesso - è destinato a lasciarsi sedurre dal fascino di molteplici tradizioni culinarie, che richiameranno in futuro tanto interesse quanto i cosiddetti "snack around the clock", per appagare ad ogni ora la moderna fame di socializzazione. Ci si ritrova con gli amici per vivere insieme un'esperienza culinaria e per condividere, tra mondo reale in tavola e realtà virtuale sul telefono. Insieme agli operatori della ristorazione, Salomon FoodWorld intende sfruttare appieno il potenziale offerto da questa evidenza, perché il cibo è da molto tempo ormai anche un mezzo di comunicazione e di promozione gratuita. La risposta è lampante: il nuovo concetto urban taste! cod 77848

Salomon Food World
Nordring 13 - 63762 Großostheim
Tel 331 8024751
www.salomon-foodworld.com

LA SALSA DI SOIA KIKKOMAN ESALTA LE CUCINE DI TUTTO IL MONDO

Tagliata di manzo

Ingredienti (per 4 persone)
1 kg controfiletto di manzo, 60 g **salsa di soia Kikkoman**, 40 g olio evo
Per le verdurine: 100 g peperone giallo, 100 g peperone rosso, 200 g zucchine, 200 g melanzane, 100 g pomodoro, 50 g cipolla, 50 g **salsa di soia Kikkoman**, 20 g aglio, 50 g olio, un ciuffo di basilico e prezzemolo

Preparazione: lasciare a marinare la carne almeno 2 ore. Tagliarla a fettine sottili e infilzare in uno spiedo. Sulla piastra ben calda, grigliare lo spiedino girandolo più volte in modo da velocizzare il riscaldamento dei liquidi all'interno. Soffriggere in padella le verdure precedentemente tagliate sottili con olio, aglio e cipolla.
A fuoco vivo unire i pomodorini e continuare la cottura per alcuni minuti. A fine cottura togliere l'aglio e condire con **salsa di soia Kikkoman**, basilico e prezzemolo tritato. Friggere le bucce di melanzane in olio ben caldo e scolare. Servire la tagliata su un letto di verdurine guarnite con le melanzane croccanti.

Molte persone associano la salsa di soia principalmente alla cucina orientale: pensiamo solo a quanto sia indispensabile per gustare preparazioni come sushi e sashimi, ma anche moltissime altre pietanze tipiche della cucina giapponese. La salsa di soia viene infatti utilizzata per marinare o condire alcuni ingredienti (dalla carne al pesce alle verdure), ma anche per preparare gustose salse come la Kabayaki o la Teriyaki. In realtà, grazie alla sua estrema versatilità la salsa di soia si adatta perfettamente alle cucine di tutto il mondo, compresa quella italiana.

Riconosciuta come trendsetter in continua evoluzione, Develey, realtà internazionale presente in 10 Paesi con sede a Monaco di Baviera, propone per il mercato Horeca una vasta gamma di oltre 100 referenze per ogni esigenza: tra queste la salsa di soia Kikkoman. Composta da 4 semplici ingredienti (acqua, grano, soia e sale), è una salsa unica al mondo per consistenza, limpidezza, profumo e gusto.

Oltre che per il suo uso convenzionale come condimento nella cucina asiatica, la salsa di soia Kikkoman è un ottimo insaporitore naturale per quella italiana, grazie anche al trend di una cucina sempre più "fusion". A dimostrazione del successo della salsa di soia nella ristorazione italiana, basti pensare che a fine giugno 2021 il prodotto Kikkoman più venduto (nel formato da 1 litro) ha registrato una crescita del 60%. cod 77005

Develey Italia
Zona Industriale 5 - 39011 Lana d'Adige (Bz) - Tel 0473 495100
www.develey.it

QUEST'AUTUNNO, TORNIAMO A VIAGGIARE TRA LE PIÙ BELLE FIERE E MOSTRE DEL TARTUFO

di ***Giuseppe Cristini***

Le Città italiane del tartufo sono presenti in tutto lo stivale e sostanzialmente dettano i valori del tartufo, la difesa dell'ambiente e la validità di un territorio vocato, incontaminato ed unico. L'Associazione Nazionale Città del tartufo le unisce in rete tra loro e tutte partecipano a eventi, fiere, sagre e kermesse dove il tartufo in tutte le tipologie e in tutte le stagioni sa raccontare un messaggio di gastronomia e di turismo. Con questa nobile associazione ormai storica, vi è una condivisione di obiettivi e di valori nella narrazione del tartufo e nella sua valorizzazione sia in cucina sia in sala; beni preziosi che richiamano i valori turistici e ambientali che sono viva espressione di Madre Terra Italia.

Accademia
del Tartufo nel Mondo

Questo autunno vorrei tornare a viaggiare tra le più belle fiere e mostre del tartufo: da Alba ad Amandola, da Saracena a Scheggino, per passare poi a San Miniato e San Giovanni d'Asso e perché no a Sant'Angelo in Vado, fino a trasferirmi giù ad Isernia in Molise e nelle belle colline dell'Abruzzo, per arrivare sulle Murge e in qualche bella zona delle Nebrodi in Sicilia.

Perché il tartufo è di tutte le terre e tutte le terre integre e immacolate lo sanno manifestare; noi abbiamo solo il dovere di farlo conoscere e narrarlo con eleganza, fino a portarlo sui tavoli giusti per menti pronte.

Dobbiamo farlo con stile e riconosciuta professionalità che proviene da una lunga esperienza sul campo, con la capacità e la visione di vedere il tartufo come un obiettivo culturale e accademico e non come un obiettivo speculativo.

Le grandi fiere italiane del tartufo richiamano un mondo ricco e affascinante, l'internazionalità del messaggio del tartufo italiano vale oro, con la capacità di farci amare e rispettare per la bellezza e l'integrità ambientale intrise di valori sensoriali giusti ed etici.

Giochiamo queste carte per l'autunno e creiamo un comitato ristretto dei migliori esperti e conoscitori del tartufo per raccontarlo a tutto il mondo, perché tutto il mondo che ama l'Italia ama anche il tartufo. cod 79459

Per informazioni:
accademiadeltartufonelmondo.it

LA BELLEZZA DI SARACENA IN CALABRIA E DEL SUO TARTUFO UNCINATO

di ***Antonella Brancadoro***

Saracena è un comune calabrese, nella parte settentrionale della provincia di Cosenza, che vanta antichissime origini. Un attento lavoro archeologico ha permesso di risalire a testimonianze del tardo Neolitico e alla prima Età del bronzo nella Valle del Garga. Durante le invasioni barbariche, la città diventa "La Saracina", presumibilmente sotto il dominio saraceno, all'epoca dell'arrivo degli Arabi in Val di Crati.

Non si hanno testimonianze dirette della presenza dei Saraceni, ma la cittadina presenta un centro storico con moltissimi elementi che ricordano un impianto urbanistico islamico. Il nuovo abitato nasce attorno a un castello ed è cinto da mura con quattro porte (Vaglio, Scarano, Nova, San Pietro), orientate secondo i punti cardinali.

Quest'area, nota anche come Orsomarso, è costituita da ettari di faggeta, a volte completamente selvaggia, che di tanto in tanto svela radure e paesaggi di straordinaria bellezza. A cavallo dei due mari, Jonio e Tirreno, i pendii più impegnativi lasciano il posto a distese pianeggianti, offrendo l'accesso a vecchi e abbandonati tracciati ferroviari o scorrendo lungo serpeggianti vallette immerse in un bosco. Il bosco, ricco di funghi e tartufi uncinati, mostra i segni di una natura viva e florida.

Il Piano di Novacco si svela nella sua ampiezza con uno straordinario colpo d'occhio in ogni stagione, dal bianco della neve più abbagliante all'accesissimo verde estivo, dal rosso della faggeta in autunno alla policromia più entusiasmante della primavera inoltrata. cod 79261

TARTUFO, IL VALORE DELLA CULTURA E DEL MARKETING

di ***Giuseppe Cristini***

Paola **Terenziano**, responsabile marketing di Urbani Tartufi, ci svela i segreti del marketing del tartufo. «Come leader del segmento del tartufo dal 1852, noi di Urbani Tartufi ne trasmettiamo la cultura e abbiamo una grande responsabilità in Italia e nel mondo. In Italia c'è una conoscenza del tartufo piuttosto differenziata su base regionale: alcune tipologie sono più diffuse e conosciute nel nord Italia piuttosto che al sud e viceversa. Noi trattiamo tante tipologie di tartufo ma vediamo che la richiesta del bianco ad esempio è più concentrata nel nord Italia, mentre nel centro-sud è più conosciuto e sviluppato il tartufo estivo, anche per le peculiarità del territorio stesso che ne produce maggiori quantità».

«Il nostro ruolo - prosegue Paola - è quello di divulgare la conoscenza e trasmetterla nel modo più adeguato attraverso i nostri stakeholder e i nostri clienti. Da un lato attraverso il mondo della ristorazione che trasforma questo prodotto in piatti straordinari che arrivano sulle tavole dei consumatori di tutto il mondo. Dall'altro lato, ci avviciniamo al consumatore finale attraverso la grande distribuzione, canale che sempre più sta mostrando interesse verso questo segmento. Dobbiamo accompagnare i nostri clienti nella costruzione di un mercato che rappresenta una grande opportunità di crescita e portare il consumatore a conoscenza di una preziosità come il tartufo, così trasversale, versatile e importante per noi come simbolo del Made in Italy nel mondo». cod 79357

NONOSTANTE IL CLIMA PAZZO E L'INFLAZIONE, L'UVA DA TAVOLA CONQUISTA LA GDO

Sebbene la siccità abbia colpito numerosi areali di produzione, con perdite del 10-15% in termini di quantità e resa, i grappoli di Asso Fruit Italia non mancano sui banchi del supermercato grazie a qualità e prezzo competitivo

di ***Nicola Grolla***

L'ultima coda dell'estate è stata contrassegnata da un clima mutevole, a tratti pazzo e imprevedibile. Fattore che ha inciso notevolmente sull'andamento delle operazioni di raccolta di frutta e verdura, come nel caso dell'uva da tavola: vera e propria regina dei consumi in questo periodo di transizione stagionale.

Il fenomeno del cambiamento climatico non è nuovo, ma ora più che mai impatta sulla sostenibilità del settore ortofrutticolo. Secondo Coldiretti, negli ultimi 10 anni l'alternarsi di siccità e alluvioni ha fatto perdere oltre 14 miliardi di euro alle imprese del settore tra cali di produzione agricola e danni alle strutture e alle infrastrutture.

«Con punte di 42, 43, 44 gradi che diventano anche 50 percepiti, abbiamo riscontrato diversi problemi di siccità nei nostri areali di coltivazione. Il risultato è stato che la nostra uva da tavola ha rallentato il processo di maturazione andando incontro a fenomeni di disidratazione di parecchi grappoli. In generale, c'è stata una perdita del 10-15% di quantità e di resa; anche a fronte di continue operazioni di irrigazione che non sono riuscite a mitigare gli effetti del gran caldo. Ora dovrebbero arrivare le piogge. E speriamo non si trasformino in temporali», racconta **Giuseppe Coladonato**,

consigliere Asso Fruit Italia specializzato nel segmento dell'uva da tavola.

Una produzione destinata alla Gdo

Con sede a Scanzano Jonico (Mt), Asso Fruit Italia è una delle più storiche e autorevoli organizzazioni di produttori del Mezzogiorno che conta circa 300 aziende agricole associate per un fatturato aggregato che si aggira attorno ai 60 milioni di euro. Punta di diamante delle produzioni è appunto l'uva da tavola (a cui si aggiungono anche agrumi, pesche, albicocche e kiwi). A livello di canali distributivi, il grosso la fa la grande distribuzione organizzata: «Con il Covid - speiga Coladonato - la Gdo ha accentuato il proprio peso assorbendo, di fatto, la parte che spettava a dettaglianti e ristoratori. Insomma, con le varie chiusure imposte dalla pandemia e il cambiamento delle abitudini di acquisto, supermercati e discount sono pressoché diventati l'unico canale di sbocco possibile».

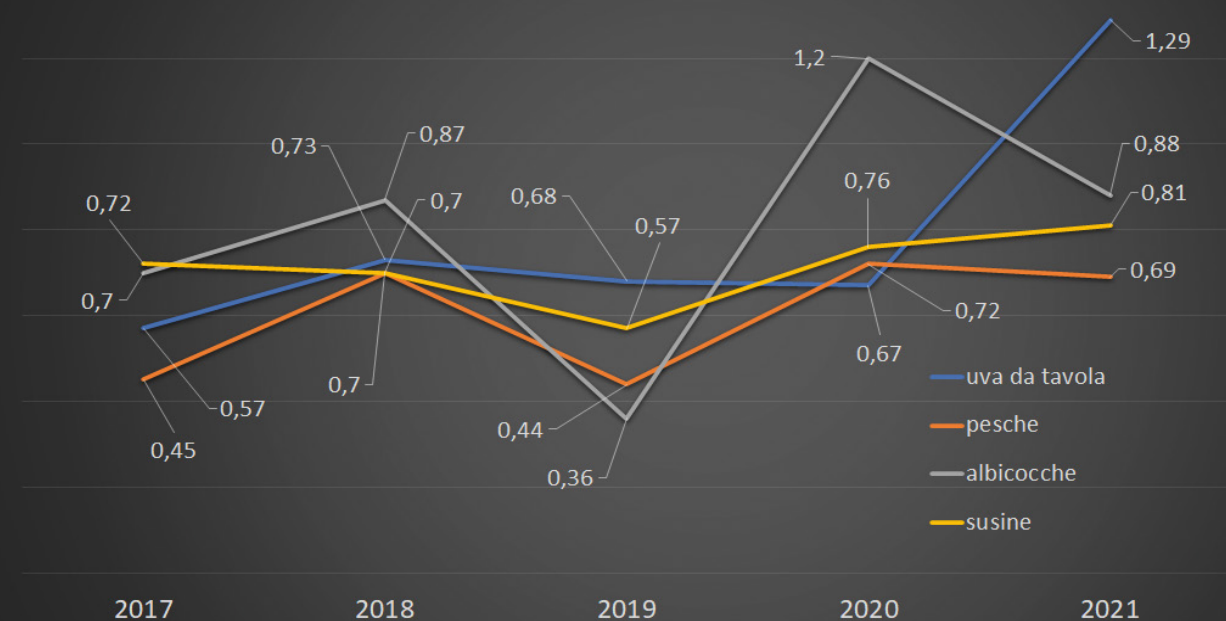
L'impatto sui prezzi

Il risultato? Un impatto sui prezzi. Da un lato, essendo l'unico canale ancora valido, la Gdo ha sfruttato la propria "posizione dominante" assorbendo gran parte della produzione nazionale (compresa quella di alta qualità): «un chilo d'uva può arrivare anche a costare 2-3 euro sul banco di un supermercato», rivela Coladonato. Dall'altro, le difficoltà di approvvigionamento degli imballaggi e della domanda ha fatto lievitare i costi di produzione con punte del 20%. Una dinamica ben visibile anche a livello globale dove a pesare, con aumenti del 3,3% per ortaggi e verdura, è soprattutto l'andamento climatico citato in precedenza.

La qualità non manca, ma deve sempre più fare rima con sostenibilità

Ma la qualità riesce a farsi largo nonostante l'inflazione? «Il prodotto italiano sicuramente è molto riconoscibile e apprezzato. Anche all'estero. Ma non possiamo nasconderci dietro a un dito: il prezzo fa sempre la differenza. Resistono alcune nicchie di mercato, ma di fronte a competitor stranieri, all'interno di un mercato globale, è difficile reggere la competizione con chi produce in condizioni diverse», afferma Coladonato. La strada, allora, è un attento contenimento dei costi che si sposi con la rinnovata richiesta di sostenibilità da parte dei consumatori (peraltro sempre più attenti alla qualità e alla riduzione degli sprechi, tanto da preferire quantità confezionate sempre più piccole). Da questo punto di vista, per tutte le varietà trattate, che vanno dalla Vittoria alla Red Globe, dalla Summer alla Sultanina, Asso Fruit ha messo in atto processi per la riduzione del consumo d'acqua e la riduzione della platica negli imballaggi: «Nelle nostre confezioni, per esempio, utilizziamo la velina di carta piuttosto che la classica spugnetta».

«Anche l'involucro è di carta piuttosto che di plastica. E quando siamo costretti a utilizzare quest'ultimo materiale, preferiamo la plastica termosaldata per un risparmio del 30%. Per l'acqua, invece, stiamo progettando impianti ad hoc guidati da algoritmi intelligenti per dosare l'irrigazione sia a livello di tempistiche che di quantità», conclude Coladonato.

cod 79666

LE RADICI DEL CIBO

MOCHI, DOLCI TIPICI GIAPPONESI SIMBOLO DI FESTA

di ***Piera Genta***

Sono dolcetti della tradizione giapponese dalla forma sferica spolverati con la farina di cocco, realizzati con riso Mochigame, una qualità particolare di riso asiatico dai chicchi fini e allungati, dal sapore abbastanza dolciastro e molto appiccicoso una volta cotto. Viene definito "riso glutinoso", non perché sia ricco di glutine, ma dall'aggettivo latino "glutinosus", un qualcosa che diventa colloso per l'elevato contenuto di amilopectina, una componente dell'amido.

Si conosce molto poco dell'origine dei mochi, già nel X secolo erano elementi necessari per i riti shintoisti e ancora oggi vengono donati in occasioni di festa in quanto considerati di buon auspicio. Inoltre il vocabolo "mochi" può significare possedere, e come regalo equivale quindi ad un augurio di ricchezza.

Preparazione tradizionale che coniuga bellezza e bontà

Tipici del Giappone, anche se li si trova in altre parti dell'Asia, solo la cucina nipponica ne offre tante varietà, dalle minestre (come quella di Capodanno) fino ai dolci.

Non esiste Capodanno in Giappone senza questo alimento e il suono cadenzato della battitura del mochi accompagna la vita degli ultimi giorni di dicembre. Una tradizione che si sta perdendo in città - perché esiste una macchina in grado di preparare il mochi senza l'ausilio del faticoso e laborioso lavoro dell'uomo - ma resiste nelle campagne.

Il metodo tradizionale di preparazione prevede che il riso glutinoso cotto a vapore venga messo, ancora caldo, in un grosso mortaio di legno e battuto a lungo da due persone con pestelli di legno, quando la pasta assume una consistenza collosa è il momento di dargli la forma tondeggiante. I mochi giapponesi vengono preparati in occasione di eventi particolari, in monoporzione, perché la cultura giapponese ricerca nelle preparazioni dei dolci la perfezione tra bellezza e bontà. Un altro metodo di lavorazione prevede che il riso glutinoso venga messo ad asciugare per poi ridurlo in una polvere a cui poi si aggiungerà dell'acqua per trasformarla in mochi.

Tante tipologie

Sono tante le tipologie, tra quelle più diffuse il Daifuku (letteralmente grande fortuna), consiste in una palla rotonda di mochi farcito con marmellata dolce di fagioli azuki. In Occidente troviamo la versione con la crema di nocciole. Molto popolare in tutto il mondo il mochi gelato.

Se siete curiosi i ristoranti di Pacifik Poke con gli oltre 10 punti sparsi in tutta Italia hanno nel menu una discreta varietà di mochi gelato, da provare quelli al caramello salato o al tè verde matcha. cod 79370

AVVISTATO UN NUOVO "EROE VERDE"! PLANT CHIK'N NUGGETS DI SALOMON

Salomon FoodWorld amplia il nuovo e già apprezzatissimo programma plant-based: i Green Heroes Plant Chik'n Nuggets portano in tavola un altro best seller in versione vegana, sviluppato esclusivamente per il food service

I moderni eroi vestono di verde. Proprio come gli innovativi Green Heroes di Salomon FoodWorld. Dall'inizio dell'anno, gli specialisti del food service propongono apprezzatissimi best seller nella versione a base vegetale, fornendo ai ristoratori una facile soluzione per portare in tavola un'offerta al passo con i tempi capace di accontentare ogni palato, dagli amanti della carne ai flexitariani, dai vegetariani ai vegani. L'ultima novità di gamma si chiama Green Heroes Plant Chik'n Nuggets.

L'amato spuntino vegano preparato con 100% proteine del grano sorprende con un autentico gusto Chik'n. Avvolto da una croccante panatura vegana in tempura, è praticamente impossibile distinguerlo dall'originale: aspetto, sapore e consistenza sono in grado di superare qualsiasi prova al palato!

Gli intrepidi Green Heroes Plant Chik'n Nuggets consegnano un immediato vantaggio anche ai ristoratori: la variante vegana dell'amata ricetta è un versatile snack adatto a grandi e piccini. Nel ruolo di protagonisti tra i finger food a un qualsiasi evento, come fragrante coronamento di una ciotola di insalata o semplicemente da portare via e gustare per strada, i Green Heroes Plant Chik'n Nuggets sono pronti in un lampo, cotti in friggitrice, in vaporiera combinata o in Combi Wave Techfood.

Nuova generazione, nuova definizione di gusto

In veste di azienda leader nel settore del food service, Salomon FoodWorld segue con attenzione i cambiamenti sul mercato e li plasma, per offrire ai ristoratori prodotti eccellenti adeguati ai tempi e facili da preparare. Con la nuova gamma Green Heroes, Salomon si rivolge soprattutto a quanti consumano cibo fuori casa: le generazioni Y e Z. La loro inedita concezione del gusto ha avuto un forte impatto sui recenti cambiamenti dell'industria alimentare e richiede esperienze innovative e sostenibili, proprio come i Green Heroes! cod 79487

Salomon Food World
Nordring 13 - 63762 Großostheim
Tel 331 8024751
www.salomon-foodworld.com

FETTE BISCOTTATE SCHÄR

ORA ANCHE NEL PRATICO SINGLE PACK

Le Fette Biscottate Schär, senza glutine e senza lattosio, ora sono anche in confezione monoporzione, per garantire così più praticità e sicurezza per l'Horeca. Disponibili a ottobre 2021

Le fette biscottate sono forse uno degli alimenti più rappresentativi della colazione all'italiana: spalmate con burro, marmellata o creme al cioccolato sono un must su ogni tavola, a casa e fuori casa. Per chi deve seguire una dieta senza glutine, tuttavia, non è sempre facile averle a disposizione durante le colazioni fuori casa, nonostante la celiachia, che colpisce circa l'1% della popolazione italiana, rilevi diagnosi in crescita del 5% ogni anno, secondo l'ultima relazione al Parlamento sulla celiachia.

Per questo Schär Foodservice, che dalla propria istituzione, nel 2009, si impegna per garantire a chi deve seguire una dieta senza glutine la migliore esperienza di gusto e sicurezza fuori dalle mura domestiche, le propone oggi in versione singola, ancora più pratica oltre che, naturalmente, più sicura.

Le Fette Biscottate Single Schär sono infatti confezionate in un comodo formato monoporzione contenente due fette. Sono senza glutine, senza frumento, senza lattosio e senza olio di palma e sono ideali non solo per la colazione, ma anche come snack o in accompagnamento ai pasti.

Dalla tipica e riconoscibile forma e dall'invitante color ambrato, le Fette Biscottate Single Schär presentano un sapore neutro e delicato, che le rende perfette sia nel classico abbinamento dolce sia con farciture salate. La confezione monoporzione consente inoltre di mantenere inalterata la freschezza, di somministrare il prodotto in totale sicurezza e infine di servire una porzione già pronta, evitando così sprechi alimentari.

Hotel, b&b, mense, catering e il canale dell'Healthcare potranno così offrire con praticità un alimento gustoso e sicuro alla propria clientela celiaca, sensibile al glutine e anche intollerante al lattosio, senza il rischio di contaminazioni. Le Fette Biscottate Single Schär presentano una shelf life di 9 mesi e sono disponibili in multipack da 25 monoporzioni da 21,6 g. cod 79290

Dr. Schär - Divisione Foodservice
Winkelau 9 - 39014 Postal (Bz)
Tel 0473 293595
www.schaer-foodservice.it

L'OLIO VA COMPRESO A FONDO PER POTER ESSERE APPREZZATO (E ACQUISTATO)

di ***Fausto Borella***

Fortunatamente siamo riusciti a passare una buona estate, senza troppi divieti o intoppi. Il green pass, fatto valere quando ancora gran parte degli esercenti può far sedere i suoi ospiti all'aperto, è stata una buona cosa. In pratica gli italiani, quando vengono chiamati al sacrificio e si "stringono a coorte" - come dice il nostro amato inno nazionale, che quest'anno è risuonato molte volte - sono ligi e responsabili. Lo so, c'è ancora una fetta di disubbidienti che aspetta di capire, ma nel frattempo, il nostro Paese ha la forza di ripartire.

Sono stato in diverse località di mare quest'anno, sia a luglio sia ad agosto; ho girato tutta la Versilia, le isole di Ponza, Ventotene, Ischia e Procida. Sono andato in Puglia, Sardegna, Campania e Lazio. Ho visto Roma piena di turisti e Lucca e Firenze riprendere vita. Le consulenze dell'olio mi danno la possibilità di viaggiare e visitare in lungo e in largo il nostro Stivale.

Abbiamo una chance unica, sia grazie alle risorse del Ricovery Fund sia perché, nonostante tutto, siamo ancora il Paese più bello del mondo. Come si mangia da noi non si mangia da nessuna parte.

La carta degli oli come mezzo per conoscere l'eccellenza dei prodotti

Abbiamo oltre 500 varietà di olive sparse in 18 regioni italiane e non dobbiamo perdere l'occasione di far conoscere l'eccellenza del nostro prodotto. L'olio extravergine è una risorsa preziosissima, e deve essere compreso a fondo prima ancora di essere comprato. Con l'Accademia Maestrod'olio abbiamo creato una carta degli oli in decine di ristoranti, enoteche e stabilimenti balneari, che presentavano gratuitamente assaggi di olio a commensali italiani e stranieri. Come per il vino, veniva presentata una carta dell'olio di 6 o 9 referenze italiane e si poteva scegliere quali assaggi fare. Stupore, interesse, diffidenza e noia. Erano tante le emozioni che esternavano i clienti alla domanda educata e accogliente fatta dai nostri sommelier Maestrod'olio, nel voler far comprendere loro questo mondo "dorato".

Durante l'estate l'Accademia Maestrod'olio ha creato una carta degli oli da presentare in diversi ristoranti, enoteche e stabilimenti balneari. Un esperimento di successo, sia per i consumatori che per i gestori

Un esperimento di successo, sia per i consumatori che per i gestori di locali

Ebbene tantissimi stranieri ma anche molti italiani, erano disposti ad acquistare una, due o tre bottiglie di olio, senza pensare al prezzo; se ne valeva la pena o se erano troppo care. Una volta capito l'olio di estrema qualità e poi assaggiato al naso l'olio scadente da pochi euro, il gioco era fatto: tutti ne volevano almeno mezzo litro. L'esercente non doveva sprecare tempo né risorse interne per spiegare questo mondo, e noi comunicavamo questo nuovo mondo, affascinante ma ancora inesplorato.

Chi può rifiutare una simile occasione? Ricavare da ogni singola bottiglia venduta da altri la metà del suo costo. L'operazione, durata due mesi, ha portato ai proprietari aderenti grande prestigio, un'idea innovativa, divertente e sana e l'incasso netto di uno stipendio di un cameriere, compresi i contributi. Non male come esperimento iniziale! Ci vuole coraggio e ambizione, fiducia e volontà per dare qualcosa di nuovo e affascinante a tutti i commensali che si siedono al tavolo ogni volta.

Noi consumatori non chiediamo molto, ma ora che finalmente ci possiamo godere di uscire spesso la sera, vorremmo scoprire ogni volta qualcosa di nuovo. Per il ristoratore è un'occasione da cogliere al volo!

cod 79522

L'OLIO EVO NEL TERRITORIO DEL CHIANTI CLASSICO

di *Fulvio Raimondi*

La leggenda che c'è dietro lo stemma del gallo nero, simbolo di riconoscimento del consorzio del vino Chianti Classico, racconta che ai tempi della rivalità tra Firenze e Siena, per discutere i confini delle province, non si riuscì a trovare un accordo dopo diverse trattative. Fu quindi deciso che due cavalieri, uno partendo da Firenze e l'altro partendo da Siena, dovessero mettersi al galoppo dal momento del canto del gallo. Il loro punto di incontro avrebbe segnato la linea di demarcazione tra i due territori. I fiorentini pensarono bene di tenere a digiuno il loro gallo nero così che all'alba cantasse molto prima del gallo senese, facendo così partire prima il cavaliere permettendogli di conquistare un territorio maggiore. I due cavalieri infatti si incontrarono al castello di Fonterutoli, a pochi km da Siena. Da allora il gallo nero è diventato il simbolo di questo territorio.

Chianti Classico, non solo vino...

Dal 1975 quindi, nello stesso territorio del Chianti Classico del vino, si affiancò anche un altro prodotto tipico e d'eccellenza: l'olio extravergine. Nel corso dell'anno 2000 poi il consorzio (**www.oliodopchianticlassico.com**) ottenne anche il riconoscimento della Dop a livello europeo. A tutto il 2020, il consorzio del Chianti Classico Dop dell'olio evo conta circa 210 soci con circa 3.260 ettari di terreno coltivato ad olivo con poco meno di 380mila piante. Sono infatti molti di più gli oliveti rispetto ai vigneti, ma gli ulivi non sono coltivati in maniera intensiva.

Le attività del consorzio dell'olio Dop

Il consorzio Chianti Classico Dop dell'olio esporta il 60% della propria produzione e, di questo 60%, quasi i due terzi vanno in Paesi europei. Da segnalare che tra i nuovi mercati si distinguono quelli del Brasile, della Cina e della Romania.

Tra le attività che il consorzio svolge ci sono la tutela e la vigilanza sul prodotto; c'è una certa assistenza agronomica con relativa informazione scientifica ed educazione alla valutazione organolettica, senza poi tralasciare tutto quello che riguarda la promozione locale, italiana ed estera.

Oli dalle caratteristiche peculiari

Malgrado gli ulivi del territorio del Chianti Classico soffrano maggiori condizioni di stress rispetto alle coltivazioni che si possono trovare in pianura o a ridosso delle coste, producono un olio evo di alta qualità e di caratteristiche ben definite. Diverse cultivar nascono e crescono in questa zona. Sono cultivar che si possono trovare anche in altre zone d'Italia, ma qui sono considerate proprio di casa. Ci sono la Leccino, la Frantoio, la Moraiolo, la Correggiolo, la Pendolino e la Maurino. Queste cultivar possono essere presenti da sole o in combinazione ad altre ma con un valore non inferiore all'80%.

Tra le caratteristiche organolettiche di queste cultivar coltivate in questa zona - pur mantenendo, ognuna di esse, le proprie peculiarità, perché c'è quella più amara come la Moraiolo e quella più delicata come la Leccino - c'è quella di dare al naso dei sentori che sembra possano appartenere a fruttati più delicati, mentre poi, una volta assaggiati, cambiare radicalmente la propria opinione perché travolti da una tale complessità di sensazioni e di sapori che collocano gli oli prodotti in questa zona nella sfera dei fruttati intensi.

Questi oli si adattano benissimo a tutta quella sfera di prodotti e piatti tipici della zona tipo la ribollita toscana che è una tipica minestra a base di carne e verdure e che richiede un sapore ben strutturato come potrebbe essere quello della cultivar Moraiolo, oppure la classica bistecca alla fiorentina, o la famosa Panzanella che è un piatto fresco a base di pane raffermo, messo in acqua e poi strizzato e servito con dei pomodorini, delle cipolle e delle foglie di basilico.

Nel cuore della Toscana, dal 1975, nel territorio del Chianti Classico del vino nasce anche l'omonimo consorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva, che adotta anch'esso lo stemma del gallo nero

Un territorio che evoca la culla della cultura italiana

Il Chianti Classico comprende i territori di San Casciano Val di Pesa, Greve in Chianti, Panzano in Chianti, Gaiole in Chianti, Barberino Val d'Elsa, Poggibonsi e Fonterutoli, oltre ad altri comuni minori al proprio interno. Solo leggendo questi nomi come non pensare alla culla della cultura del nostro Paese, che, secolo dopo secolo, ci viene tramandata ed è stata allargata anche alle cucine e alle tavole su cui si crea convivialità, fratellanza ed amicizia. Un territorio che va preservato ed i cui prodotti vanno coccolati, coltivati e diffusi nel mondo intero. cod 79367

VERONA E DINTORNI

TERRE DI GRANDI VINI ROSSI E RICCA BIODIVERSITÀ

Valpolicella

Da Valpolicella a Soave, da Bardolino a Lugana, da Valdadige a Monti Lessini: viaggio alla scoperta di un territorio in cui tecniche antiche si sposano con l'innovazione per la produzione di grandi vini rossi

di ***Piera Genta***

Cuore storico della viticoltura veneta, con oltre 28mila ettari (pari al 35% della superficie del Veneto) Verona si attesta come seconda provincia regionale per superficie vitata e rappresenta la zona più significativa per qualità e numero di denominazioni. Sono otto le zone di produzione (Valpolicella, Soave, Bardolino, Lugana, Custoza, Monti Lessini Durello, Valdadige Terra dei Forti, Arcole) che compongono il "sistema Verona": 11 denominazioni Doc e 5 Docg (Amarone Valpolicella, Bardolino superiore, Recioto della Valpolicella, Recioto di Soave, Soave superiore).

Ci sono dei vini che diventano talmente famosi da rappresentare delle vere e proprie icone di un territorio. È il caso della provincia di Verona con la zona della Valpolicella, che ci porta a tre vini emblematici: Recioto, Amarone e Ripasso, due Docg e una Doc, tre vini strettamente legati tra loro dalle caratteristiche uniche e inconfondibili che si incontrano nel corso dei processi produttivi.

La Valpolicella

Si tratta di un'ampia fascia collinare situata a nord del capoluogo veronese tra la sponda sinistra dell'Adige e la Val d'Ilasi e si divide in tre aree: la Valpolicella classica, la zona più antica dove è nata la denominazione; la Valpantena, la prima valle ad est della città di Verona; e la Valpolicella orientale, la zona più ad est, dove si trovano alcune delle cantine più innovative. Il paesaggio vitato è dominato da un susseguirsi di colline caratterizzate da vigneti delimitati e sostenuti da muretti a secco (marogne), un paesaggio composto da una ricca biodiversità: vigneto, olivo, cipresso, ciliegio. I vini sono accomunati dall'impiego per la loro produzione delle principali varietà locali: Corvina, Corvinone, Rondinella, Molinara e Oseleta. Otto comuni su 240 km di colline.

L'etichetta più conosciuta è sicuramente l'Amarone della Valpolicella, ma il primo vino da ricordare è il Recioto, prodotto già al tempo dei Romani quando nel territorio vivevano i Reti, antica popolazione di origine celtica che popolava la zona prealpina del veronese e le montagne del Trentino Alto Adige. Un vino passito, dolce ed amabile, il cui nome deriva dalle parti più esterne del grappolo, quelle maggiormente esposte al sole (in dialetto veneto "recia", l'orecchia). Richiede attenzione nella selezione dei grappoli in vendemmia e un'accurata lavorazione. I grappoli vengono conservati in fruttaio per concentrare zuccheri, profumi e sapori. Non un semplice passito, ma un vino poliedrico che sa esprimersi in maniera diversa a seconda delle tipologie, dallo spumante al liquoroso. ➜

Dal Recioto all'Amarone

Il Recioto può considerarsi il capostipite degli altri due vini, l'Amarone è nato solo settant'anni fa e le sue origini sono attribuite ad un errore, insomma una "serendipity" citata nel libro di Oscar Farinetti in una conversazione con Marilisa Allegrini in un capitolo dedicato. Questo vino veniva chiamato recioto "scapà", ovvero "scappato" al controllo del cantiniere. La differenza nel procedimento di produzione sta proprio nella parte finale: nell'Amarone tutta la parte zuccherina contenuta nel mosto viene trasformata in alcol. La sua peculiarità: le uve vengono sottoposte a disidratazione per circa tre o quattro mesi, posizionate su "arele", tipici graticci di bambù, o plateaux in legno, in fruttati tecnologici dove sistemi automatizzati regolano l'umidità, temperatura e ventilazione prima di essere pigiate.

I primi esemplari di vino Amarone imbottigliato risalgono all'inizio del Novecento, ma la vera commercializzazione avviene nel secondo dopoguerra. Oggi si beve in tutto il mondo, ne vengono prodotte 15 milioni di bottiglie (più o meno come il Barolo). Nel 2020 il 67% della produzione della Dop Amarone è stata destinata all'estero: Usa (14%), Svizzera (12%), Regno Unito (11%), Germania e Canada (10%) i principali Paesi di destinazione. Seguono Svezia (8%), Danimarca (7%), Norvegia e Paesi Bassi (6%). Cina e Giappone pesano congiuntamente circa il 3%, sebbene il valore dell'export in questi due Paesi sia cresciuto notevolmente nell'ultimo quinquennio.

Valpolicella Ripasso

L'ultimo vino di questo terzetto è il Valpolicella Ripasso, la cui produzione è strettamente legata a quella dell'Amarone. Il Ripasso infatti si chiama così perché per produrlo viene utilizzato il Valpolicella d'annata e "ripassato" prima di essere affinato in botte sulle vinacce appassite dell'Amarone per un totale di 15-20 giorni, durante i quali avviene una seconda fermentazione alcolica. Un passaggio che rafforza la struttura del vino, conferendogli delle note tipiche dell'Amarone. In origine il ripasso consisteva

in un veloce passaggio del Valpolicella d'annata sulle vinacce del Recioto: nessuna sosta sulle bucce, nessuna lunga macerazione. In seguito, si capì che un contatto prolungato con le vinacce ancora piene di succo, zuccheri e lieviti dei vini rossi appassiti portava all'innesco di una seconda fermentazione, e quindi ad un arricchimento del vino in colore, struttura, tannini, glicerina, profumi. Così oggi ogni produttore ha la sua formula, che si compone di quattro variabili principali: la scelta delle vinacce su cui effettuare il ripasso; il tempo di contatto sulle vinacce; la percentuale di uve da ripassare; la scelta se aggiungere o no anche una piccola quantità di uve totalmente appassite.

La Valpolicella classica e quella orientale

La zona classica è composta da 5 vallate con clima più mite e poco rilevanti le escursioni termiche. Qui troviamo aziende gestite dalla stessa famiglia da molte generazioni. La zona orientale presenta temperature calde durante il giorno e correnti più fresche la sera. Cambiano anche i metodi di allevamento, la pergola veronese nella zona classica, mentre in quella orientale prevale la spalliera, si tratta di un'area valorizzata in tempi più recenti da realtà che molto spesso non hanno un legame profondo con la viticoltura storica. In generale i vini della zona classica sono più leggeri e profumati; più strutturati in quella orientale. Questo vino, in cui la tecnica produttiva è fondamentale, è profondamente legato al suo territorio, al modo di pensare dell'azienda, ai vitigni che sceglie (l'ossatura è rappresentata da Corvina, Corvinone e Rondinella), ma ci sono produttori che utilizzano altri vitigni autoctoni, come Oseleta, Dindarella, Negrara...

Corvina e Corvinone, i due principali vitigni nella composizione, sono ➜

CONSORZIO DEI VINI VALPOLICELLA

Attivo da oltre 90 anni (9 febbraio 1925), il Consorzio per la tutela dei vini Valpolicella rappresenta, secondo il primo report annuale, 322 aziende di imbottigliatori e trasformatori della Dop del veronese, per una filiera che conta 6 cantine cooperative e 2.271 aziende agricole produttrici di uva. Oltre a garantire il servizio di salvaguardia e tutela della denominazione, il Consorzio si occupa della valorizzazione e promozione sul mercato nazionale ed estero dei vini Valpolicella: Amarone della Valpolicella Docg, Recioto della Valpolicella Docg, Valpolicella Ripasso Doc e Valpolicella Doc. La Valpolicella è la prima Dop di vino rosso in Veneto e tra le più importanti in Italia. A livello regionale è seconda solo al Prosecco. Cresce il vigneto e con esso il potenziale produttivo. Negli ultimi 20 anni è raddoppiato il terreno rivendicato a Valpolicella, che ha raggiunto gli 8.398 ettari di estensione nel 2020. Sono quasi 64 milioni le bottiglie delle denominazioni (Valpolicella, Amarone, Recioto e Valpolicella Ripasso) prodotte nel 2020, per un giro d'affari complessivo di 600 milioni di euro annui. Nella vendemmia 2020 sono stati prodotti 772.000 quintali di uva, di cui 275.740 messi a riposo per Amarone e Recioto.

L'impegno del Consorzio per raggiungere l'eccellenza in vigna passa anche dalla sostenibilità e dal benessere per il territorio. In questa direzione va la certificazione "RRR - Riduci, Risparmia, Rispetta", che promuove la tutela ambientale da parte delle aziende grazie all'adozione di tecniche innovative in vigneto, ma anche la sostenibilità sociale e la tutela del paesaggio. Il Protocollo RRR iniziato lo scorso anno coinvolge 1.210 ettari di vigneti.

Nel 2018 è nato il Valpolicella Education Program (VEP), un progetto educativo completo sui vini e il territorio della Valpolicella, strutturato in tre livelli progressivi di studio con programmi standardizzati, che vengono offerti tramite un network di educatori certificati VEP in vari Paesi del mondo, sotto la sorveglianza e il coordinamento del Consorzio che ne garantisce l'alto livello di competenza.

entrambi dotati di una carica cromatica non molto elevata, dal punto di vista aromatico troviamo frutti a bacca rossa, come ciliegia matura e visciola e l'aspetto olfattivo è giocato anche su note floreali e speziate che rimandano al pepe, bianco nella Corvina e nero nel Corvinone. La Rondinella, un vitigno dalla produzione costante, facile da gestire, risulta non di grande interesse per la produzione del vino. Fondamentale nel processo produttivo è l'appassimento delle uve, che devono essere raccolte a maturazione ottimale. Fino alla fine degli anni Novanta l'appassimento tradizionale veniva effettuato in locali ventialti, in zona collinare, dove le uve si disidratavano seguendo il ritmo delle stagioni; oggi si utilizzano i fruttai posti all'interno di grandi strutture con il controllo dell'umidità e della ventilazione che consente un processo di disidratazione lineare e continuo evitando il formarsi di muffe indesiderate. Passati 80-90 giorni si procede alla pigiatura.

Le tecniche agronomiche poi influiscono sulle caratteristiche finali dei vini, evidenziando vantaggi e svantaggi dei vari sistemi d'allevamento utilizzati e la loro evoluzione nel tempo. La pergola è il sistema di allevamento tradizionale nella zona classica. In passato spesso criticata a causa della sua produzione elevata e della difficoltà di maturazione delle uve in alcune annate. La rivalutazione della pergola oggi è causata del cambiamento climatico. Il guyot è il sistema che ha preso più piede nei nuovi impianti della Valpolicella allargata poiché dà ottimi risultati in quanto a maturazione delle uve e per la sua maggior facilità di gestione. Sempre a causa del cambiamento climatico questo sistema d'allevamento va gestito in maniera diversa, soprattutto per quanto riguarda la defogliazione onde evitare la scottatura delle uve. Il cordone speronato è un sistema che non ha avuto successo, poiché non adatto ai principali vitigni locali, Corvina e Corvinone, a causa della loro scarsa fertilità delle gemme basali che richiede quindi sistemi a potatura medio-lunga.

L'Amarone moderno

In questi ultimi 30 anni, fatta salva la tecnica produttiva, molti sono stati i cambiamenti che hanno influito sulle caratteristiche degli Amaroni moderni: minor residuo zuccherino, struttura meno importante, maggior freschezza, bevibilità e abbinamenti con molte ricette. Il cambiamento climatico ha portato ad avere vendemmie sempre più anticipate, a valorizzare le zone collinari, al cambio dei sesti di impianto, al ripensamento come sistema di allevamento della pergola più

FAMIGLIE STORICHE

Associazione nata nel giugno 2009 dall'unione di dieci storiche cantine della Valpolicella da un'idea di Sandro Boscaini (presidente di Masi) con l'obiettivo di raccontare e valorizzare l'Amarone, l'arte nel produrlo e il suo territorio vocato. Oggi i soci sono 13 e precisamente Allegrini, Begali, Brigaldara, Guerrieri Rizzardi, Masi, Musella, Speri, Tedeschi, Tenuta Sant'Antonio, Tommasi, Torre d'Orti, Venturini e Zenato e rappresentano nel loro insieme il 15% della produzione totale di Amarone e circa il 23% del fatturato. Attuale quarto presidente è Alberto Zenato.

In questo periodo di pandemia hanno organizzato un percorso di conoscenza dell'Amarone in quattro masterclass, condotte da Nicola Frasson con interventi dei rappresentanti delle singole cantine coinvolte nella degustazione degli Amarone scelti con l'obiettivo di far conoscere le singole identità aziendali e di valorizzare al massimo la qualità dei loro vini. Una serie di incontri che ha permesso di comprendere i grandi cambiamenti nel gusto dell'Amarone evidenziando le differenze che ci sono tra la zona classica e la zona orientale, più estesa.

A settembre, dopo un anno di lavoro, l'associazione ha presentato il docufilm "Le Famiglie Storiche - Un racconto sull'Amarone", del giovane regista Michael Gasparini. Una pellicola sulla dimensione e sulla forza umana di queste 13 imprese del vino durante il primo lockdown.

contenuta e la comparsa, soprattutto nella zona orientale, della spalliera. L'incidenza dell'annata sull'appassimento non risulta rilevante come in passato, perché questa fase avviene oggi in ambienti sempre più termocontrollati, un appassimento che deve accompagnare lentamente l'uva per avere un buon risultato e sono diventati meno rilevanti nella composizione del vino vitigni come Rondinella e Molinara. E ancora fondamentali il rinnovamento dei legni di affinamento in cantina e il passaggio parziale per alcune aziende a contenitori di minori dimensioni.

Valpolicella classico e superiore

Nel primo articolo del disciplinare di produzione dei vini Doc Valpolicella si legge che la Doc si esprime in due tipologie designabili con i riferimenti "Classico" e Valpantena e Valpolicella "Superiore", che fa riferimento ad un maggior contenuto in alcol del prodotto. Il successo dell'Amarone negli anni ha messo in secondo piano questa denominazione di vino espressiva del territorio, il Valpolicella Superiore. Una denominazione più antica, ma anche la più giovane sotto il profilo commerciale. Il Consorzio dei vini della Valpolicella ha presentato lo scorso giugno un'indagine condotta tra gli associati e presentata in occasione dell'evento digitale "Valpolicella Superiore - A Territory Opportunity". Per il 93% dei produttori è proprio il Valpolicella Superiore il prodotto su cui puntare e sei imprese su dieci non intendono fare appassimento, mentre i rimanenti preferiscono soltanto un breve passaggio. Sempre secondo il punto di vista dei produttori, i principali punti di forza sono il profilo organolettico e la versatilità di abbinamento, mentre tra quelli di debolezza sotto il profilo commerciale nel mercato domestico troviamo il peso della molteplicità di stili all'interno della tipologia, della concorrenza di altri vini della Valpolicella come il Ripasso e la mancanza di un segmento commerciale definito. Nasce quindi il bisogno di chiarire i confini tra le diverse tipologie di vino, un percorso che verrà definito nei prossimi anni per intercettare nuovi trend di consumo riportando l'attenzione sulla piramide qualitativa dei vini.

Valpolicella turistica

Il paesaggio delle colline terrazzate della Valpolicella classica è stato iscritto nel registro nazionale dei paesaggi rurali storici a seguito della presentazione del dossier di candidatura portato avanti dalla Cantina Valpolicella Negrar, assieme ai Comuni di Negrar, Marano, Fumane, San Pietro in Cariano e Sant'Ambrogio, il dipartimento di Economia aziendale dell'Università di Verona e il Gal Baldo Lessinia.

Il caso Tedeschi

Dopo quattro anni di ricerca con il prof. Maurizio Ugliano in collaborazione con il dipartimento di Biotecnologie dell'Università di Verona, l'azienda Tedeschi di Pedemonte (Vr) ha presentato i risultati dello studio sui caratteri aromatici delle uve e dei vini da singoli vigneti e sui principali fattori coinvolti nella loro espressione. Il focus è in particolare sull'Amarone dei cru Monte Olmi, La Fabriseria e della tenuta di Maternigo (con i vigneti Anfiteatro, Bàrila e Impervio). L'obiettivo dello studio era quello di capire se nei vini prodotti con uve raccolte nei singoli vigneti ci fosse un'impronta aromatica caratteristica che potesse fungere da vero e proprio elemento identificativo di un luogo e di un terroir con un'identità geografica ben definita. «Non dobbiamo aspettarci sempre gli stessi risultati di vinificazione perché si deve fare i conti con la natura - ha spiegato **Riccardo Tedeschi** - ma si può pensare alla valorizzazione di singoli elementi identificativi: il risultato sarà sempre come una sorta di firma dell'azienda. È un messaggio che si traduce in un codice identificativo legato ad una zona e a un'identità geografica, la Valpolicella, che, come un filo rosso, racconta il senso del luogo attraverso la storia della nostra azienda e dei nostri vini». E intanto la ricerca continua. ➔

ALBINO ARMANI

Viticoltore e proprietario di alcune realtà vinicole in tre regioni (Veneto, Trentino e Friuli Venezia Giulia), è altresì ideatore della Conservatoria, un piccolo vigneto sperimentale impiantato nel 2003 proprio di fronte all'ingresso della Corte del Foja Tonda, a Dolcè, dove sono custodite 13 varietà di vite autoctone appartenuti al patrimonio ampelografico della Vallagarina trentina e veneta e sulle quali, grazie alla collaborazione della Fondazione Mach di San Michele all'Adige, ogni anno vengono portati avanti studi, ricerche, selezioni e sperimentazioni di micro-vinificazione.

Vini veronesi del lago di Garda

Si tratta dell'area più occidentale compresa tra le pendici del Monte Baldo e le colline moreniche a sud del lago. La presenza della vite risale all'età del bronzo, lo testimoniano i ritrovamenti di vinaccioli in siti preistorici, la coltivazione continua in epoca romana a partire dal I secolo a.C., a seguire nel Medioevo nei monasteri che sorgono attorno al lago. L'ambiente è caratterizzato dalla presenza del lago, la cui influenza si fa sentire sul clima e sulla natura morenica dei suoli. Il modello viticolo era rappresentato dalla pergola, alla quale negli ultimi anni si è affiancata la conduzione a filare. Il Bardolino è sicuramente il vino più rappresentativo, prodotto con uve Corvina, Rondinella e Molinara. Le prime due sono quelle che determinano maggiormente le caratteristiche sensoriali del vino. Il Bardolino presenta un profilo aromatico interessante, spesso apprezzato per la sua leggerezza. Le note odorose più facilmente riconoscibili sono quelle di ciliegia e frutti di bosco.

I vini della Valdadige e la Doc Terra dei Forti

Parallela al lago di Garda corre la valle del fiume Adige, zona di produzione della Doc Terra dei Forti, una denominazione interregionale che si estende su zone appartenenti sia al Trentino Alto Adige (Valdadige) e sia in territorio veneto (Terra dei Forti). Comprende l'area collinare dei comuni di Rivoli Veronese, Brentino Belluno, Dolcè e Avio per oltre 1.300 ettari di superficie vitata. La denominazione Terradeiforti-Valdadige tutela e promuove le tipologie Enantio e Casetta, vini rossi autoctoni, insieme a varietà a bacca bianca che coprono la maggior parte del territorio vitato. I viticoltori sono circa 700, una cantina sociale e 11 cantine aziendali associate al Consorzio tutela vini Terradeiforti. L'origine del nome è legata alla vallata nella quale scorre il fiume Adige caratterizzata da una serie di castelli medievali.

La Terra dei Forti si lega a doppio filo alla viticoltura fin dai tempi antichi: nel I sec d.C., Plinio il Vecchio nella sua "Naturalis historia", parlando di viti selvatiche e coltivate a nord di Verona, scriveva: «Una vite selvatica chiamata Enantio». Altre tracce dell'Enantio si trovano nel Cinquecento nella "Storia naturale dei vini" del Bacci. L'Enantio fino a qualche anno fa si utilizzava come varietà miglioratrice di vini quotidiani per la sua pienezza di colore e consistenza di corpo e che oggi si propone in purezza con quel suo carattere selvatico, bene espresso soprattutto nella riserva. Molti ceppi di Enantio, alcuni ultracentenari, sono sopravvissuti perfino alla fillossera grazie ai terreni sabbiosi della valle, perché la componente silicea a scaglie taglienti lo difende dal parassita. Altra varietà autoctona della Terra dei Forti, che si fregia della Doc, è il Casetta, recuperato da Albino Armani con il nome popolare di Foja tonda.

Marzemino

La Vallagarina si è dimostrata la patria elettiva del Marzemino dove trova la sua maggiore diffusione e la sua migliore espressione nelle aree vocate tra Isera e Volano, che rappresentano l'areale della Doc Trentino Marzemino. Con il nome Marzemino sono stati riconosciuti, nei secoli, molti vitigni che spesso si mostravano assolutamente diversi tra loro, come riportato da alcuni celebri ampelografi del passato come Acerbi (1825) e Di Rovasenda (1877) oltre che da altri studiosi più recenti tra cui Molon (1906) e Dalmasso (1937). Viene citato da Wolfgang Amadeus Mozart nel "Don Giovanni": il protagonista si rivolge al servo Leporello cantando: «...versa vino, eccellente Marzemino!». Il vino si presenta di un colore rosso rubino intenso e un bagaglio olfattivo concentrato sulle fragranze di viola mammola, prugna e piccoli frutti rossi; in bocca ha una buona freschezza, una giusta corposità legata a una fine tannicità e un contenuto grado alcolico. È capace di reggere un breve invecchiamento. cod 79489

CORVINA, RONDINELLA, MOLINARA UVE CHE RENDONO UNICI I ROSSI VERONESI

di ***Paolo Porfidio***

Il Veneto, una delle regioni più affascinanti d'Italia, con le sue 7 province e i suoi oltre 18mila km² di superficie, che la rendono l'ottava regione italiana per estensione e, con le sue 14 Docg, 28 Doc, 10 Igt e i suoi 11 milioni di ettolitri vinificati all'anno, è la prima regione produttrice di vino. Il dualismo vino/alcol e Veneto è sempre molto vivo e quanto mai d'orgoglio per chiunque abbia, anche solo in parte, provenienza da questa terra. Per arrivare a quello che rappresenta oggi la cultura enologica di questa regione, però, non sono bastati pochi anni ma una storia millenaria, che parte addirittura dal ritrovamento a Bolca, nell'alto veronese, di ampelidee fossili, progenitrici di quella che oggi è conosciuta come "Vitis vinifera sativa", risalenti a circa 40 milioni di anni fa, oltre a diversi ritrovamenti di vinaccioli risalenti all'età del bronzo in alcune sedi di civiltà delle palafitte.

Il palato dei veneti si è sviluppato nell'arco dei secoli, e con esso anche le condizioni economiche, portando la produzione del vino a diventare una vera e propria arte, un affare serio. I veneti hanno dato quindi un grande contributo allo sviluppo della viticoltura ed enologia del territorio, fortemente aiutati da un ambiente pedoclimatico favorevole, da nord a sud e da ovest ad est.

La produzione si suddivide in 30% di vini rossi e rosati e 70% di vini bianchi e spumanti. La percentuale, decisamente a favore dei bianchi, è trascinata dall'importante produzione di Prosecco, fenomeno ampiamente studiato e trattato, che ancora oggi fa da traino non solo per il territorio veneto, ma per l'Italia intera nel mondo. Altrettanto importanti e richiesti però, in un mercato sempre in crescita, sono i vini rossi di queste terre, che riescono ad

Il Veneto è una regione che vanta un valore inestimabile dal punto di vista enologico. Molte sono le Docg, Doc e Igt del territorio. Scopriamo le caratteristiche dei vitigni utilizzati per i vini rossi veronesi

offrire, da ovest ad est, un'ampia diversità di tipologie e di stili, offrendo una completa gamma di prodotti capaci di soddisfare i più esigenti palati.

Bardolino, versatile negli abbinamenti

Nell'area veronese, all'estremità sud-ovest, sulla sponda orientale del lago di Garda, ci imbattiamo in una denominazione che sta avendo una grande riscoperta in questi ultimi tempi, il Bardolino Doc, prodotto nell'omonimo comune e in pochi altri adiacenti, dove per la menzione Classico sono ammessi Affi, Bardolino, Cavaion Veronese, Costermano, Garda e Lazise. Qui iniziamo a scoprire un vino rosso rubino, fresco, sapido, che definirei "spensierato", per la sua grande versatilità di abbinamenti e contesti più o meno conviviali. Prodotto principalmente a partire dai vitigni autoctoni Corvina, Rondinella e Molinara (il disciplinare ammette anche altre varietà della tradizione), è capace di abbinare dai taglieri di salumi e formaggi poco stagionati, fino ad importanti preparazioni a base di pesce del lago, giocando con le temperature leggermente più basse. Dal 2001 la versione Superiore del Bardolino, che regala vini di grande struttura e capaci al medio-lungo invecchiamento, viene fregiata della Docg, a sottolineare il grande impegno di qualità nella produzione in queste zone.

Valpolicella, la valle delle tante cantine

Non molto distante, spostandosi verso Verona, si apre la grande Valpolicella, la valle delle tante cantine ("val polis cellae", a testimonianza dell'importanza del vino in queste zone, già ai tempi dei Romani), un ventaglio di vallate, dove i vigneti si alternano dolcemente a olivi e ciliegi. Sicuramente il territorio più d'attrazione per gli appassionati di grandi vini rossi di struttura e di lungo invecchiamento. Anche in questo caso sono i vitigni autoctoni Corvina, Corvinone, Rondinella, Molinara e Oseleta a dar vita a vini di altissima qualità. Parliamo del Valpolicella Doc, che diventa "Classico" nei territori storici di Fumane, San Pietro in Cariano, Marano di Valpolicella, Negrar e Sant'Ambrogio di Valpolicella. La struttura e il corpo vengono date principalmente dalla sontuosa Corvina, mentre l'apporto del tipo colore rosso rubino intenso viene dato dalla Rondinella, uva caratterizzata da un'alta pigmentazione antocianica. Il Valpolicella giovane mostra un colore rosso rubino con note spiccate di ciliegia e frutti rossi, con importanti note vinose, di cantina, secco al palato, con un tannino importante e una grande acidità. Con un affinamento minimo di un anno in cantina, prima della commercializzazione, si ottiene la tipologia Superiore, che scopriamo di maggior struttura, con un colore rubino che vira su note leggermente granato, caratterizzato da note fruttate accompagnate da sfumature speziate ed eteree. Il palato si fa più fine e vellutato, con un tannino levigato ed una bella persistenza.

Il vino Valpolicella ha ispirato artisti e poeti, allietandoli con le sue fragranze: Hemingway, nel romanzo "Al di là del fiume, tra gli alberi" parla di questo vino come «secco, rosso e cordiale come la casa di un fratello con cui si va d'accordo».

Amarone, vino passito secco con profumi e struttura unici

In questa porzione di Veneto, figlio di un probabile errore umano, quasi a dimostrare come possano nascere grandi cose anche dagli sbagli, troviamo l'Amarone Docg, il più grande "passito secco" d'Italia. Pare infatti che la nascita di questa tipologia vada ricercata nel 1936, quando Adelino Lucchese, al tempo capocantina della Cantina Sociale Valpolicella, trovandosi ad assaggiare una botte dimenticata di Recioto, il tipico passito dolce prodotto da ➔

sorseggiare in compagnia senza necessariamente essere abbinati ad alcun piatto.

queste parti, trovò un sapore del tutto nuovo e inaspettato, secco e amaro, frutto probabilmente della completa trasformazione degli zuccheri in alcol, ed esclamò: «Questo non è amaro, è amarone!».

Questo vino oggi viene prodotto proprio come un passito, lasciando disidratare le uve - Corvina, Rondinella e Molinara principalmente - per circa 100 giorni in ambienti ben areati, e vinificandole completamente, ottenendo un vino secco dai grandi profumi fruttati e dalla grande struttura polifenolica, ottenendo un vero e proprio passito secco.

Il disciplinare dell'Amarone Docg è molto rigido e prevede un lungo affinamento del vino prima della commercializzazione. Infatti, dopo la vinificazione, solitamente nel mese di settembre, il vino viene travasato in botti di rovere dove affina per un minimo di 2 anni (calcolato dal 1° gennaio successivo alla vendemmia, quindi 3 anni di calendario), mentre per la versione Riserva dobbiamo attendere 4 anni calcolati dal mese di novembre dell'anno della vendemmia.

Apprezzato in tutto il mondo dai più grandi appassionati, è capace di abbinare importanti tagli di carne, formaggi stagionati e piatti a base di ragù della tradizione veneta o il più classico risotto all'Amarone. Vecchie annate di Amarone possono ritenersi veri e propri vini cosiddetti "da meditazione", da

Valpolicella Ripasso, ottenuto da una doppia fermentazione

Sempre più richiesto è il Valpolicella Ripasso, di grande interesse per la maggiore struttura e morbidezza alla beva, e altrettanto per il fascino della tecnica con il quale viene prodotto. Questa tipologia, infatti, nasce da una doppia fermentazione delle sopracitate uve: una prima, classica, con uve fresche appena vendemmiate, e una seconda che prevede l'aggiunta, al vino prodotto dalla prima, di vinacce (bucce scariche della fermentazione alcolica) utilizzate per la produzione di Amarone. Queste conferiscono al vino aromi particolarmente profumati, grande concentrazione e una conseguente struttura al palato.. cod 79493

L'ITALIA DEL VINO

IL VENETO IN 5 GRANDI ROSSI

di ***Eros Teboni***
Miglior sommelier
del mondo Wsa 2018

Tra le regioni vinicole più importanti della Penisola, il Veneto esprime peculiarità uniche attraverso grandissimi vini, radicati come pochi altri nella memoria dei wine lovers. Ma non piacciono solo a noi italiani. Le esportazioni stanno tenendo più che bene e, malgrado la pandemia, il Veneto conserva il primato sui mercati esteri collocandosi come quarta potenza mondiale nell'export del vino, poco dopo Francia, Italia e Spagna. Nel 2020 il 36% del vino italiano venduto nel mondo si è prodotto in Veneto (merito soprattutto del Prosecco...).

Vini di pronta beva, vini da invecchiamento e vini da meditazione, sia bianchi che rossi, costituiscono il fil rouge di una consolidata tradizione enologica. Scopriamola attraverso cinque proposte rosse che mi hanno colpito per personalità e carattere. cod 79619

ORATORIO DI SAN LORENZO 2017 INAMA

Varietà: 100% Carmenère
Forma di allevamento: Guyot
Prezzo medio: 35 euro
Abbinamenti: bolliti, cotoletta alla bolognese

Un vino esaltante che concentra nel sorso oltre mezzo secolo di esperienze di una famiglia profondamente fedele all'identità territoriale del Soave e dei Colli Berici. Fin dai primi attimi esprime tutta la sua eleganza, rivelandosi netto, morbido, tannico, senza celare intensità e persistenza, ma anche freschezza e note di spezie e cioccolato. L'uva raccolta in sovra maturazione con rese basse per ettaro, l'influenza del bosco adiacente e l'incisiva escursione termica, ma anche il regime di conduzione biologica dei vigneti e la maturazione di 18 mesi in barrique, contribuiscono a dare vita a un grande vino, che si produce solo nelle annate migliori.

HELETTO ROSSO VENETO IGT 2013 GARBOLE

Varietà: Corvina veronese, Corvinone, Rondinella e altre uve
Forma di allevamento: Guyot semplice a fusto basso
Prezzo medio: 55 euro
Abbinamenti: arrosti, carni alla griglia e formaggi stagionati

Ispirato al Valpolicella ripasso, un vino rosso che segna un momento di svolta per la cantina ad est di Verona guidata dai F.lli Finetto, in una naturale evoluzione dell'idea originaria che diede il via al progetto nei primi anni '90. La vendemmia avviene interamente a mano in più momenti, le uve sono accuratamente selezionate e collocate in cassette, lasciandole ad appassire circa un mese, a cui seguirà una fermentazione lenta in vasche di acciaio e un affinamento in botti di rovere nuove, che si protrae per oltre 60 mesi. Al naso frutta rossa, visciole, confettura di prugne ma anche note balsamiche di liquerizia e caffè. In bocca fresco, potente, avvolgente, con una bella struttura, una buona acidità e un finale lungo.

VERONESE ROSSO IGT "RABIOSA" 2012 TERRE DI PIETRA

Varietà: Corvina 40%, Corvinone 30%, Rondinella 15%, Teroldego 10%, Croatina 5%

Forma di allevamento: Guyot

Prezzo medio: 35 euro

Abbinamenti: brasati e stracotti

Il progetto Terre di Pietra nasce sulle colline tra la Valpolicella e il Parco regionale della Lessinia, il primo vino si fa nel 2005 e la cantina sorge a Marcellise nel 2010, cementata dalla passione senza confini di Laura Albertini. I vini sono intitolati al suolo, i cui strati rocciosi conservano tutti un nome ben preciso dato loro dai cavatori della zona. Rabiosa è uno di questi. Un progetto identitario attraverso fermentazioni naturali e fondato sull'artigianalità. Uve lievemente surmature che fermentano in acciaio e affinano in rovere per oltre quaranta mesi, danno un vino di grande piacevolezza e personalità. Al naso frutta matura, marasca, prugna e note speziate. In bocca freschezza, grande struttura, equilibrio e notevole persistenza.

LA POJA 2016 ALLEGRINI

Varietà: 100% Corvina Veronese

Forma di allevamento: Guyot

Prezzo medio: 80 euro

Abbinamenti: anolini allo stracotto, parmigiana di melanzane

Una famiglia emerita del vino capace sempre di sorprendere, che con La Poja ci racconta un'affascinante storia di dedizione al territorio e alle sue più intime espressioni. Vigneti di tre decadi che prosperano su terreni abbondanti di calcare e uve raccolte lievemente surmature, a cui seguiranno 20 giorni in acciaio inox, 20 mesi di barrique nuove d'Allier, 10 mesi in bottiglia e 4 anni di affinamento. Una grande bottiglia che ci offre un'esperienza olfattiva ampia e straordinaria, attraverso sentori di frutta lievemente matura, erbe aromatiche, spezie, mandorle tostate, confermandosi anche al palato. Un assaggio voluttuoso e di grande corpo, dove freschezza e mineralità si rincorrono e l'intensità si protrae a lungo.

L'OSAR ROSSO 2015 MASI

Varietà: 100% Oseleta

Forma di allevamento: Guyot

Prezzo medio: 60 euro

Abbinamenti: cacciagione e carni rosse

"Osar". In italiano "osare, rischiare", vincendo una sfida difficile, grazie alla lungimiranza della famiglia Boscaini, fondatrice del brand Masi, che riporta alla luce la varietà dimenticata Oseleta e dopo una lunga ricerca negli anni '80 reimpianta il vitigno, che rivelerà subito entusiasmanti peculiarità organolettiche. Un vino fortemente identitario, dal 2000 vinificato in purezza, che torna dal passato e ci parla della tradizione millenaria del vino nelle Venezie, prodotto in quantità limitate solo nelle migliori annate. Si caratterizza per un colore rosso scuro, al naso note vegetali, erbacee e di piccoli frutti neri, in bocca potente, tannico, ricco di struttura e complessità, con una buona acidità e un'entusiasmante persistenza.

ALBINO ARMANI SVELA L'ANIMA DELL'AUTOCTONO

Siamo nella Valle dell'Adige, precisamente nel paese di Dolcè (Vr) e nel cuore della Terra dei Forti, antica valle di collegamento tra il mondo mediterraneo e quello alpino ed europeo, così chiamata per la ricchezza di castelli medievali che ne disegnano il panorama (i "Forti"). Nato nella Vallagarina trentina, **Albino Armani** è cresciuto proprio qui, nella parte più meridionale di questo territorio - quella veronese - luogo in cui ha scoperto la sua grande vocazione viticola: «Questa è la mia valle», ama sottolineare. Con alle spalle oltre 400 anni di storia, oggi l'azienda "Albino Armani Viticoltori dal 1607" è un racconto che parla di appartenenza e di una famiglia che ha scelto di rimettere in bottiglia le eccellenze autoctone di questa valle, mossa dalla voglia di restituirle un'identità forte e di sperimentare nuovi stili.

E chi più di Albino può sentire nel cuore il desiderio di preservare questa terra e tutto ciò che concorre a renderla unica e distinguibile? Una passione che, oltre trent'anni fa, si trasforma in un lavoro lungo e caparbio - così come, bisogna dirlo, impone la sua vera natura di trentino "doc" - di recupero delle varietà autoctone ancestrali della valle, tradizionalmente usate nei tagli e che tra gli

anni '60 e '80 sono state progressivamente abbandonate rischiando l'estinzione, a causa della forte domanda di vitigni più produttivi e redditizi - quelli "internazionali" - che presero sempre più piede portando a un vero e proprio cambiamento del territorio.

Grazie a questo lavoro magistrale e coraggioso di "ritorno alle origini", oggi possiamo apprezzare in purezza vini della tradizione locale, provenienti da sole uve indigene - come il Casetta, "Foja Tonda" in dialetto (riconosciuto dal 2007 Doc Valdadige Terradeiforti), o, ancora, il Nera dei Baisi - che Armani alleva nella sua "Conservatoria", un vigneto che costeggia la cantina di Dolcè. Qui è raccolta una collezione di 13 "vitigni reliquia" appartenuti al patrimonio ampelografico della Vallagarina trentina e veneta e sulle quali, grazie alla collaborazione della Fondazione Mach di San Michele all'Adige, ogni anno vengono portati avanti studi, ricerche, selezioni e sperimentazioni di micro-vinificazione.

E proprio l'amore e il rispetto per il suo territorio portano coerentemente all'approccio sostenibile di tutta la produzione a marchio Albino Armani: dal 2019 tutti i vigneti di proprietà - e non solo - sono certificati Sqnpi (Sistema di qualità nazionale produzione integrata).

Foja Tonda

Allevato a pergola trentina e guyot, in antichi vigneti della Vallagarina (da viti vecchie spesso ancora a piede franco) e suoli morenici/alluvionali, ricchi di scheletro e di media fertilità, il Foja Tonda racconta la grande passione per la tradizione enoica di questa valle. Proprio come la sua gente, il vino presenta una spiccata personalità, a tratti indomita: inizialmente si presenta "ruvido", ma basta lasciargli un attimo che si ammorbidisce, restituendo tutta la bontà e la genuinità del proprio animo. Riconoscibili i sentori di prugna secca e marasca, cannella e tabacco e soprattutto di muschio che ne sottolinea l'origine selvatica. In bocca l'acidità spiccata è ammorbidita con fermentazioni malolattiche complete. Vino che trova notevole complessità nell'invecchiamento: dopo alcuni anni evolve splendidamente in aromi terziari. Abbinamento ideale con formaggi di media stagionatura non erborinati.

Albino Armani con la moglie Egle Capilupi e il figlio Federico

Nera dei Baisi

Mezzo ettaro per coltivare questo gioiello del patrimonio viticolo della Vallagarina, su terreno alluvionale, proprio sulle sponde dell'Adige. La vendemmia è manuale, nella seconda metà di settembre, con rigorosa selezione in vigna. La Nera dei Baisi è un vino antico e davvero molto particolare. Già il colore rosso rubino brillante ammalia il degustatore, andando in un certo senso ad anticipare quella freschezza che si andrà a percepire con tutti i sensi. I profumi sono intensi e decisi, di piccoli frutti rossi maturi, lamponi, more, fragola; in bocca è fragrante e regala un perfetto intreccio di acidità e morbidezza, senza traccia di trama tannica. Un vino di grande beva, con alcolicità misurata. Proprio per queste caratteristiche, l'abbinamento è molto versatile. È di certo un vino a tutto pasto. cod 79277

Albino Armani
via Ceradello 401 - 37020 Dolcè (Vr)
Tel 045 7290033
www.albinoarmani.com

SOSTENIBILITÀ E INNOVAZIONE I CAPISALDI DI PRINCIPE CORSINI

Produrre vino e olio in maniera sostenibile significa coniugare la ricerca dell'eccellenza enologica e olearia con scelte produttive volte alla salvaguardia del territorio. L'azienda vitivinicola Principe Corsini porta avanti da sempre questo obiettivo e, nelle sue due proprietà in Toscana, ha adottato un approccio sostenibile integrale per ridurre al minimo i consumi energetici, preservando il valore delle risorse naturali. Dalle pratiche agricole a quelle attuate in cantina, ogni gesto mira a costruire un modello di produzione a basso impatto ambientale, che possa essere trasmesso di generazione in generazione.

Con un'estensione di oltre 3mila ettari distribuiti tra il Chianti Classico e la Maremma, Villa Le Corti a San Casciano in Val di Pesa (Fi) e Tenuta Marsiliana a Manciano (Gr) sono storiche realtà vitivinicole di proprietà della famiglia Corsini sin dal XIV secolo. Complessivamente 70 ettari vitati e 63 di oliveti, condotti seguendo i dettami dell'agricoltura biologica e sostenibile, danno origine a una gamma di vini a partire dai vitigni più tradizionali della Toscana come il Sangiovese, il Colorino e il Vermentino, e da alcuni vitigni internazionali da tempo radicati nel tessuto produttivo della regione (Cabernet Sauvignon, Merlot, Petit Verdot). Fiore all'occhiello dell'azienda è l'olio extravergine d'oliva del Chianti Classico, del quale vengono prodotti anche due monovarietali di Frantoio e Moraiolo.

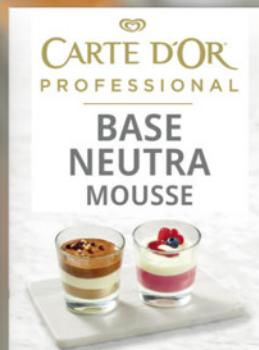
Duccio Corsini con l'agronoma Laura Lenzi

Risparmia spazio, tempo e denaro con Digiwine

Dal 2019 Duccio Corsini ha introdotto una grande novità nel mondo della distribuzione di vino in Italia con Digiwine, lo shop online riservato agli operatori Horeca dove è possibile acquistare i vini e gli oli Principe Corsini senza intermediari e usufruendo di numerosi vantaggi:

- listino con sconti personalizzati fino al 25%;
- nessun minimo d'ordine;
- possibilità di ordinare h24, 7 giorni su 7, anche da cellullare;
- spedizioni rapide e sicure in tutta Italia;
- possibilità di accumulare punti fedeltà da trasformare in ulteriori sconti.

cod 79319

Principe Corsini
via San Piero di Sotto 1 - 50026 San Casciano Val di Pesa (Fi)
Tel 055 829301
www.principecorsini.com

L'AGRICOLTURA RIGENERATIVA DI CASCINA VÈNGORE

Il progetto in continua evoluzione della vigneron Lucrezia Povero prende forma nell'anfiteatro delle colline astigiane. A Cascina Vèngore gli interventi agricoli salvaguardano la natura e rendono l'ecosistema più vitale

Cascina Vèngore è il sogno e l'impegno della giovane vigneron Lucrezia Povero a un'agricoltura diversa, che supera il concetto di salvaguardia ambientare per abbracciare quello di rigenerazione vitale. Lucrezia produce vino in armonia con la natura e sperimenta, giorno dopo giorno, le infinite espressioni della terra in cui è nata e dove ha scelto di vivere: il cuore delle Terre Alfieri, piccola Docg su un comprensorio collinare di 240 metri d'altitudine che si sviluppa nel punto d'incontro tra le Langhe, il Roero e le ultime propaggini del Monferrato.

La tradizionale cascina in stile piemontese, a Cisterna d'Asti, è abbracciata da un anfiteatro naturale di 26 ettari a corpo unico, di cui 16 vitati, in cui Nebbiolo, Barbera e Arneis vengono coltivati secondo i principi dell'agricoltura biologica e promiscua, alternandosi a 6 ettari di bosco, prati, coltivazioni di farro monococco, noccioleti e una tartufaia con oltre 300 alberi ad alto fusto. La diversità colturale aumenta e favorisce la resilienza delle coltivazioni.

A Cascina Vèngore gli interventi agricoli sono finalizzati non soltanto a salvaguardare la natura esistente ma ad arricchirla di sostanza organica per rendere l'ecosistema più vitale, fertile e biodiverso. La rigenerazione dei suoli avviene con il sovescio e la concimazione con compost organico; l'inerbimento dell'interfila, gli asini che pascolano liberamente e le lavorazioni a mano evitano il compattamento del suolo e regolano la crescita delle erbe spontanee.

Le Terre Alfieri vantano una secolare vocazione alla viticoltura di qualità, documentata fin dai tempi dei Romani; i suoli ricchi di sabbie sciolte e leggere, con formazioni di arenarie gialle e limo, danno vita a vini capaci di freschezza, intensi profumi floreali, spiccata mineralità e una naturale vocazione alla complessità, come i Terre Alfieri Docg Nebbiolo Belgardo, il Nebbiolo Mignane affinato lentamente in anfora e il Sanromé, da uve Arneis. cod 79358

Cascina Vèngore
via Mattutina 6 - 14010 Cisterna d'Asti (At) - Tel 0141 979258
www.cascinavengore.it

POKER

" chi ha il gusto della tradizione,
sa di che pasta siamo fatti..."

tutta un'altra pasta....

Il Sauvignon Friuli Doc Loggia dei Colli ha origine nella zona collinare del Friuli-Venezia Giulia. L'immediata freschezza e l'eleganza si fondono all'aromaticità data dall'escursione termica e dai terreni sassosi

SAUVIGNON LOGGIA DEI COLLI CARATTERE FRIULANO NEL CALICE

Per Martellozzo, la selezione Loggia dei Colli del territorio delle Venezie offre un ventaglio di vini dalla personalità chiara e definita, capace di tracciare percorsi di qualità, armonia ed equilibrio. Il nome della linea vuole essere un omaggio alla civiltà contadina. La Loggia è un "portico rustico" dove per tradizione si festeggiava in convivialità la fine della vendemmia e dove il vino era l'espressione della terra e del lavoro delle sue genti.

Oggi come allora, i vini Loggia dei Colli raccontano a chi li beve echi di un tempo lontano, trasmettendo con il loro sapore pieno e delicato tutta la genuinità del territorio da cui nascono. Antichità romane si alternano a suggestioni longobarde e a incantevoli piazze incastonate fra le Alpi e il mar Adriatico, in un'affascinante cornice ricca di storia e cultura, dove il microclima particolarmente adatto alla coltivazione della vite si esprime in vini dinamici e pieni.

Il Sauvignon Friuli Doc Loggia dei Colli ha origine nella zona collinare del Friuli-Venezia Giulia, a 200 metri slm, su terreni alluvionali sassosi, con ghiaia mista a sabbia. Nel calice, un'anima bucolica e intima allo stesso tempo: l'immediata freschezza e l'eleganza si fondono all'aromaticità data dall'escursione termica e dai ciottoli da cui le uve traggono vita. Di un luminoso colore giallo paglierino con sfumature verdi, il Sauvignon Loggia dei Colli ha un invitante profilo olfattivo che si muove fra sentori vegetali e fruttati: evidenti note di salvia, peperone e foglia di pomodoro si intrecciano con profumi di albicocca, frutta esotica e pompelmo. Si accompagna egregiamente ad antipasti elaborati di mare, pesci pregiati bolliti o al cartoccio e piatti a base di uova.

Adatti sia per un consumo quotidiano sia per le occasioni importanti, i vini Loggia dei Colli sono disponibili nelle maggiori catene distributive del panorama nazionale ed internazionale. cod 79361

Martellozzo
via Pordenone 33 - 33080 San Quirino (Pn) - Tel 0434 963100
www.martellozzo.com

RIPARTIAMO DAL VINO

Per affrontare con positività e lo sguardo rivolto al futuro la situazione attuale, cercando di lasciarci alle spalle il Covid-19, l'head sommelier del ristorante Terrazza Gallia di Milano, ***Paolo Porfidio****, vincitore del Premio Italia a Tavola-Personaggio dell'anno 2019, nella categoria Sala e Hotel, prosegue su* ***www.italiaatavola.net*** *la video-rubrica dedicata ad alcune eccellenze del panorama vinicolo italiano. In queste pagine proponiamo la sintesi di alcune fra le più recenti video-degustazioni.*

Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Brut La Farra

Vinificazione in bianco con pressatura soffice; la fermentazione avviene in modo lento per 15 giorni circa, ad una temperatura controllata di 18°C; successivamente il vino viene travasato e conservato in appositi serbatoi di acciaio inox termocondizionati a basse temperature. Spumantizzazione eseguita con il metodo Charmat, procedimento tradizionalmente adottato per vini delicati e fruttati. La presa di spuma avviene in autoclave per circa 25-30 giorni a una temperatura di 16-18°C, mentre l'affinamento, sempre in autoclave, varia da 3 a 4 mesi. Colore giallo paglierino brillante con un perlage fine e continuo. Profumo elegante e fruttato, con sentori di mela e di pesca e note minerali. Gusto piacevolmente acidulo, con una buona rotondità e un finale asciutto. ▶ cod 78536

Acqui Docg Rosé Brut Tosti

Una riscoperta di una storica attitudine del vitigno Brachetto che con le moderne tecniche in vigneto e in cantina, sempre nel pieno rispetto della tradizione, dà origine ad uno spumante brut rosato ottimo come aperitivo e a tutto pasto. Le caratteristiche di mineralità, freschezza e leggera aromaticità, che solo il vitigno Brachetto esprime, delineano il profilo giovane e fresco di queste bollicine dal colore rosa tenue e dai profumi inebrianti. Dopo la pigiatura, breve macerazione a freddo delle bucce per ottenere il colore rosa tenue e preziosi aromi primari. Ottenimento del mosto mediante pressatura soffice, refrigerazione e filtrazione. Il vino presenta una spuma abbondante e persistente e un perlage fine e costante. Colore rosa tenue con riflessi granato, profumo fine ed elegante. I vigorosi profumi derivanti dalla fermentazione si uniscono perfettamente con le note primarie di rosa in un'armonia fresca ed intrigante. In bocca è fragrante e cremoso, un perfetto equilibrio tra l'acidità, i pochi zuccheri residui e la spiccata mineralità. ▶ cod 78395

Oltre 2017 Specogna

"Oltre" è un vino in edizione limitata nato dalla passione dell'azienda per i 3 grandi vitigni autoctoni a bacca rossa del Friuli - Refosco dal peduncolo rosso, Schiopettino, Pignolo - coltivati nei vigneti di Rocca Bernarda e Rosazzo. Il colore è rosso rubino intenso e profondo. Al naso richiama la frutta rossa, il cuoio, il cacao, il caffè e le spezie in un'avvolgente sensazione complessiva. Al palato si propone deciso ma armonico nella complessità dei gusti e bilanciato nella sua acidità. Si possono percepire le sensazioni del ribes, della ciliegia nera, della liquirizia e del cacao, con un'importante struttura e persistenza. I migliori abbinamenti sono con carne rossa alla griglia, tagliate e costate oltre a formaggi a pasta dura invecchiati. ▶ cod 78215

Terre Alfieri Doc Nebbiolo Belgardo 2016 Cascina Vèngore

Nel Feudo di Belgardo l'operosità contadina già in antichità lavorava con amore i vigneti di Vèngore per fa nascere il nettare più nobile dalla vigna del Nebbiolo. I vigneti si estendono per 2,67 ettari a Cisterna d'Asti (At). Il suolo è in prevalenza tufaceo, con densità di 4.280 ceppi per ettaro e sistema di allevamento a guyot. La fermentazione avviene per 8-10 giorni in vasche termocontrollate a 28°C, con successiva malolattica a 20°C. Segue un periodo di affinamento di 16 mesi in botte di rovere. Il vino presenta un colore rosso con riflessi granata, i profumi speziati richiamano note di liquirizia, cannella e vaniglia. Al palato si apprezzano equilibrio, eleganza e persistenza. Si sposa alla perfezione con secondi di carne rossa, selvaggina e formaggi stagionati. È il vino ideale per un pranzo speciale, una cena tra amici, un'occasione da ricordare, una serata in relax, per sorprendere gli ospiti. Il Belgardo Terre Alfieri Nebbiolo 2016 ha meritato 88 punti e la medaglia di bronzo di Decanter. ▶ cod 78007

Barolo Docg 2016 Casa E. di Mirafiore

Prodotto da sole uve Nebbiolo, il Barolo Mirafiore affina per due anni in botti di rovere di media e grande capacità (da 2.000 a 14.000 litri). Al termine del secondo anno il vino effettua un ulteriore periodo di affinamento in bottiglia prima di essere immesso al consumo. Seguendo la tradizione, il Barolo Mirafiore viene prodotto unendo vini provenienti da diversi vigneti. La scelta dei vigneti può variare a seconda delle caratteristiche dell'annata. L'assemblaggio avviene appena terminata la fermentazione malolattica. La lunga macerazione e i ridotti travasi effettuati durante l'affinamento consentono di anticipare lo sviluppo di aromi terziari ancor prima dell'imbottigliamento. Il colore è rosso granato, di buona intensità. Il profumo ricorda le spezie come la noce moscata, l'alloro, il pepe nero, la frutta rossa matura e la liquirizia nera. In bocca è vino importante, con tannini potenti ed armonici e con un'acidità molto fresca che favorisce un finale molto lungo. Ideale l'accostamento a piatti di carni rosse, importanti, e a formaggi di media o lunga stagionatura, ma può piacevolmente anche accompagnare le conversazioni di fine pasto. ▶ cod 77882

Lugana Dop "Prestige" 2020 Cà Maiol

Il Lugana Prestige riassume nel suo nome il prestigioso mix di elementi che lo caratterizzano: un terreno unico nel suo genere, ricco di argilla; il microclima mite del lago di Garda; il nobile vitigno autoctono del Turbiana che regala uve a bacca bianca di singolare tipicità. Vino delicato lungamente sapido, ottenuto da una pressatura soffice e da una fermentazione in acciaio; pronto alla beva dopo un affinamento in bottiglia nella primavera dell'anno successivo. Alla vista è di colore paglierino con riflessi dorati. Al naso si presenta pulito e di identità, offre profumi di mela verde, lime, timo selvatico. Aprendosi dona aromi di avena e pepe bianco. In bocca è piacevole e morbido, in perfetto equilibrio tra le sue componenti, con finale minerale. Ottimo con aperitivi, crudità di pesce e frutti di mare anche quando usati come condimenti ad un piatto di pasta e risotti; pesci bolliti e un poco grassi. ▶ cod 77814

TOSCANA IGT

GHIAIE DELLA FURBA 2017

TROFEO MIGLIOR VINO BIO

GRAN MEDAGLIA D'ORO

Rosso rubino molto intenso, quasi impenetrabile. Al naso è ampio, complesso, elegante, fine, dolce, fruttato con note speziate intense. In bocca è morbido, strutturato, di grande volume, opulento, con tannino a trama densa e dolce, acidità in equilibrio alla struttura, al grasso e alla densità del vino. Retrogusto lungo, persistente, fruttato con sensazioni gustative di piccoli frutti rossi del sottobosco sposato a note speziate intense e complesse.

Tenuta Capezzana
via capezzana 100 - 59015 Carmignano (Po) - Tel 055 8706005
www.capezzana.it

CONCOURS MONDIAL DE BRUXELLES ITALIA TERZA CON 389 MEDAGLIE

di ***Gianni Paternò***

Francia al primo posto con il maggior numero di medaglie (672), seguita dalla Spagna (507), poi l'Italia (389) e il Portogallo (335). In totale all'Italia sono state attribuite 7 gran medaglie d'oro, 103 ori (tra cui citiamo il Metodo Classico Ancestrale Rosé 2017 di Tenute Chiaromonte, il Fletris Appassimento Primitivo 2020 di Montemajor e lo Spumante Brut Cuvée di Vigne Matte) e 279 argenti (tra cui ricordiamo l'Eremo San Quirico 2017 di Nativ). Questo in sintesi l'esito della 28ª edizione del Concours Mondial de Bruxelles, che causa pandemia non si è potuto tenere in Cina dove era previsto. Si è tornati quindi dopo 10 anni in Lussemburgo e per favorire il distanziamento e la sicurezza non si è organizzato nei tre giorni soliti: gli oltre 10mila campioni provenienti da 46 Paesi (oltre 1.800 dall'Italia) sono stati valutati da 300 giudici suddivisi in 3 turni, sempre di 3 giorni. Si è iniziato quindi il 18 giugno e si è finito il 26.

Come ogni anno sono stati attribuiti i Trofei Rivelazione ai vini che hanno ottenuto il miglior punteggio nella categoria. Due di questi sono stati attribuiti all'Italia: Trofeo miglior vino italiano a Cantine Borgo di Colloredo in Molise col vino Gironia Rosso Riserva 2013 e Trofeo miglior vino Bio mondiale a Tenuta Capezzana col vino Ghiaie della Furba 2017, che ha ricevuto anche la Gran medaglia d'oro.

Un risultato eccezionale per l'Italia, che si distingue per numero di par- →

SICILIA IGT

DUCA DI MONTALBO 2007

GRAN MEDAGLIA D'ORO

Solo le annate migliori, utilizzando i vigneti con oltre 50 anni di vita e con la resa più bassa diventano Duca di Montalbo. Blend di Nero d'Avola e Nerello Cappuccio coltivati su terreni rocciosi con una forte componente calcarea.
L'annata 2007 è stata messa in commercio nell'agosto 2019, dopo 12 anni di cantina. Rosso intenso con riflessi viola. Al naso fresco ed elegante, sentori di mora, lampone, e prugna, note speziate e sentori vegetali. Al palato è potente, mostra tannini elegantissimi e una incredibile persistenza gustativa.

Azienda Agricola G. Milazzo
ss 123 km. 12+700 - 92023 Campobello di Licata (Ag) - Tel 0922 878207
www.milazzovini.com

MILAZZO, L'EVOLUZIONE DELLA TRADIZIONE VINICOLA SICILIANA

Una zona collinare a circa 400 metri di altezza, un'escursione termica tra giorno e notte di 20 gradi, un'area sempre ventilata e caratterizzata da terreni vocati alla produzione di vini di alta qualità. Un'agricoltura biologica certificata e, soprattutto, una tensione costante verso l'eccellenza, nel segno della sperimentazione. Sono questi gli ingredienti che hanno permesso a Giuseppina Milazzo e Saverio Lo Leggio, titolari dell'Azienda Agricola G. Milazzo, di raggiungere risultati che, fino a 40 anni fa, erano impensabili per la Sicilia enologica.
Pioniera nel campo della spumantistica, questa cantina ha iniziato a sperimentare col metodo Tradizionale negli anni '70, in un momento in cui non si riteneva possibile una produzione di qualità in Sicilia: oggi i loro spumanti ricevono riconoscimenti nei più importanti concorsi internazionali.
Grazie a una meticolosa gestione del vigneto hanno inoltre ribaltato la reputazione dei vini rossi siciliani, dimostrando tutta la loro potenziale eleganza: il Duca di Montalbo Rosso Sicilia Igt 2007 è un esempio di questo percorso. Unico siciliano premiato con la Gran medaglia d'oro all'ultima edizione del Concours Mondial de Bruxelles, è un vino da bere subito o da tenere da parte per i prossimi 20 anni. cod 79646

BRUT ROSÉ

METODO CLASSICO ANCESTRALE ROSÉ 2017

MEDAGLIA D'ORO

Ottenuto da uve Pinot Nero, dal Perlage fine e persistente, presenta un colore rosa corallo tenue. Al naso evidenzia spiccate note floreali e di crosta di pane che si ripresentano prorompenti al palato, morbido ed elegante corredato da una decisa freschezza e mineralità.
Notevole l'abbinamento con carpacci e tartare di mare, pesce in tempura, formaggi delicati e preparazioni di mare e di terra dalla lunga persistenza gustolfattiva.

Tenute Chiaromonte
sp 178 km 2.8 c.da Scappagrano - 70021 Acquaviva delle Fonti (Ba) - Tel 080 768156
www.tenutechiaromonte.com

PUGLIA DOP

FLETRIS APPASSIMENTO PRIMITIVO 2020

MEDAGLIA D'ORO

Fletris, letteralmente significa "uve appassite in legno". Questo nome è stato selezionato per ricordare l'inusuale metodo di affinamento di questo vino, affinato inizialmente in barrique di secondo passaggio, seguito da affinamento in barrique di primo passaggio, per conferire ulteriormente ai vini tutti gli aromi e il carattere del legno.
Il vino ha un complesso bouquet di frutti rossi, uvetta e ciliegia marasca.

Montemajor
Area Industriale San Mango sul Calore - 83040 Luogosano (Av) - Tel 0825 460611
www.montemajor.it

NEI VINI MONTEMAJOR LA STORIA DEL MEDITERRANEO

Montemajor nasce con la volontà di dare all'intera area mediterranea un'interpretazione univoca, che racchiuda in sé storia, tradizione e territorio. Monte Maggiore, collina pugliese a cui l'azienda si è ispirata per la scelta del nome, è collocata sulla riva sinistra del fiume Ofanto, in una landa isolata, nota per la battaglia tra Normanni e Bizantini in cui i primi ne uscirono vittoriosi conquistando l'Italia del Sud a spese dell'impero greco.

La Puglia difatti è per eccellenza il *locum* dell'incontro tra le civiltà e le culture orientali e occidentali; tuttavia non solo essa ma anche la Campania, la Calabria, la Basilicata e la Sicilia hanno una spiccata centralità all'interno del Mediterraneo. Quindi la storia del meridione d'Italia è storia anche del Mediterraneo, e i vini Montemajor non sono altro che lo specchio di questo. Negroamaro, Primitivo, Syrah, Aglianico, Fiano, Greco e Falanghina sono i vitigni a base delle referenze dell'azienda.

Con il Fletris Appassimento Primitivo Puglia Dop 2020, Montemajor ha conquistato una medaglia d'oro all'ultima edizione del Concours Mondial de Bruxelles, mentre il Quattronotti Appassimento Negroamaro Salento Igp 2020 ha ricevuto la medaglia d'argento.

cod 79641

VALDOBBIADENE PROSECCO SUPERIORE DOCG

SPUMANTE BRUT CUVÉE VIGNE MATTE

MEDAGLIA D'ORO

Perlage finissimo e persistente, un bouquet intenso di profumi eleganti, dal varietale ai fiori bianchi, alla frutta come mela e pera; si percepisce inoltre una lieve nota di crosta di pane.
Fresco, sapido e con la giusta alcolicità, si distingue immediatamente per il suo equilibrio e la sua persistenza. Chiude lasciando il palato asciutto e fresco.
Dall'aperitivo al dessert, che sia un menù a base di carne o di pesce, il risultato è assicurato.

Società Agricola Vigne Matte
Via Tea 8 - 31030 Loc. Rolle di Cison di Valmarino (Tv) - Tel 0438 975798
www.vignematte.it

tecipazioni e per gli ottimi risultati conseguiti. Tra la sessione anticipata per i vini rosé svoltasi a marzo e la sessione di giugno, quest'anno più che mai l'Italia ha mostrato una grande fiducia nell'evento sottolineando l'importanza commerciale di una medaglia.

Sicilia, regione più premiata d'Italia

La Sicilia è risultata la regione più premiata, con 1 gran medaglia d'oro, 18 medaglie d'oro e 53 d'argento. E come ogni anno in Sicilia la cantina più premiata è G. Milazzo di Campobello di Licata (Ag): i coniugi proprietari Giuseppina Milazzo e Saverio Lo Leggio sono sempre orgogliosi di questi riconoscimenti che gratificano il loro lavoro. Hanno ottenuto 1 gran medaglia d'oro (l'unica in tutta l'Isola) col Duca di Montalbo 2007, 3 ori e 5 argenti. Ottimo risultato per CVA Canicattì, una cooperativa della città in provincia di Agrigento guidata da Giovanni Greco, che con 2 ori e 3 argenti dimostra che anche le cantine sociali riescono a fare vini di grande qualità. Comunque sono tante le cantine sia padronali che cooperative che sono state pluripremiate.

Queste le altre regioni più premiate: la Toscana ha ottenuto 2 grandi ori, 15 ori e 31 argenti, il Veneto 1 grande oro, 15 ori e 53 argenti, la Puglia 2 grandi ori, 15 ori, 34 argenti. Ottenere una medaglia qual è quella del Concours Mondial de Bruxelles è motivo di grande soddisfazione e di successo commerciale. Chi scrive anche quest'anno ha avuto l'onore e la gratificazione di far parte per l'ottava volta della giuria e ha potuto verificare, come ogni anno, la perfetta ed efficiente organizzazione del Concorso: i campioni arrivano alla giuria completamente anonimi e insaccati in un'elegante busta rossa per i vini rossi, blu per i bianchi. cod 78266

DALL'IRPINIA LE ECCELLENZE ENOLOGICHE DI NATIV

L'Irpinia, terra generosa, baciata dal sole e "pettinata dalle vigne" ospita l'azienda vinicola Nativ, fondata da Mario Ercolino e Roberta Pirone. Uniti nella vita come nel lavoro, coltivano dal 2008 la grande passione per la viticoltura dedicandosi con amore alla produzione di vini autoctoni volti a valorizzare il territorio. La Nativ, il cui nome delinea il concetto di "originario del luogo", è un'azienda in continua evoluzione, dinamica, al passo con i tempi e dotata di una spiccata sensibilità nei confronti dell'ambiente. Nativ possiede 15 ettari di vigneti autoctoni. Una parte significativa dei vigneti si trova nella zona sud-orientale, lungo la dorsale che collega i paesi di Castelvetere sul Calore a Paternopoli, passando per Montemarano e Castelfranci. Tradizione ed innovazione si fondono per dare vita a vini a base di Aglianico, Fiano di Avellino, Greco di Tufo e Falanghina. Ogni referenza diventa unica e inimitabile, da degustare stimolando i sensi per sentire pienamente tutta la forza della terra natìa e tutta la bellezza della terra Irpina. Con l'Aglianico Irpinia Campi Taurasini Doc Eremo San Quirico 2017 e l'Irpinia Aglianico Doc Blu Onice 2018, Nativ ha meritato due medaglie d'argento all'ultima edizione del Concours Mondial de Bruxelles. cod 79642

IRPINIA CAMPI TAURASINI DOC

EREMO SAN QUIRICO 2017

MEDAGLIA D'ARGENTO

Vino rosso importante le cui viti sono coltivate su di un terreno vulcanico sulle colline di Paternopoli. Il nome del nostro vino deriva dal luogo dove un tempo si diceva pascolassero i cavalli allo stato brado, e dove sono ancora rinvenibili i resti dell'antico eremo di S. Quirico. Un vino tanto prezioso da vestirlo con un'opera d'arte del pittore contemporaneo Moreno Bondi.
Al palato è denso, cremoso, pieno; al naso presenta sentori di frutti rossi maturi, spezie e ciliegia maiatica di Taurasi.

Vini Nativ
Area Industriale San Mango sul Calore - 83040 Luogosano (Av) - Tel 0825 460611
www.vininativ.it

VERMENTINO
SEMPRE PIÙ "ITALIANO" SOLO ORI AL CONCORSO DI CAGLIARI

È sempre la Sardegna a tenere alta la bandiera del primato per il Vermentino, ma dalla Liguria e dalla Toscana arrivano ormai tante ottime etichette che rendono sempre più "nazionale" uno dei vini bianchi per eccellenza dell'estate. Lo conferma la seconda edizione del Concorso enologico nazionale Vermentino 2021, svoltasi a Il Lido di Cagliari, che ha visto il Karagnanj 2020 Doc Superiore dell'azienda sarda Tenute Tondini come il vino più votato aggiudicandosi così la Gran Medaglia d'Oro (con un punteggio di 98 su 100) che è andata anche ad altre 8 etichette (con punteggi pochissimo inferiori), di cui ben 3 alla cantina ligure La Baia Del Sole Cantine Federici. Tre le gran medaglie d'oro ai toscani e tre ai sardi.

Della cantina sarda Tondini l'etichetta più premiata e ben 3 gran medaglie d'oro alla ligure Federici. Una crescita di qualità in tutti i partecipanti, oro per la prima volta anche a un metodo Classico di Dolianova

Sulle 152 etichette in gara ci sono state

anche altre 45 medaglie d'oro (tra cui ricordiamo quella attribuita al Toscana Igt Gamal 2020 di Camigliano), di cui 34 sarde fra cui, per la prima volta in assoluto, un metodo Classico da Vermentino della più importante cantina sarda, Dolianova, che presentava il Caralis 2018, Vermentino di Sardegna Doc, spumante brut. Un risultato che fa capire la qualità delle etichette in gara, così elevata da non registrare alcuna medaglia d'argento, solo perché c'era un limite (il 35%) dei riconoscimenti assegnabili rispetto ai campioni presentati. In base ai punteggi avrebbero potuto esserci anche altri 37 argenti, mentre solo l'8% dei campioni presentati sarebbe stato fuori dalla zona medaglie. Complessivamente in gara c'erano 37 Docg, 101 Doc e 14 Igt.

Il Karagnanj, oltre alla Gran Medaglia d'Oro si è aggiudicato anche un contratto di vendita con un buyer polacco il che provvederà all'acquisto di 1000 € di prodotto per la promozione nel proprio mercato. Queste le altre otto Gran Medaglia d'Oro assegnate: le aziende sarde Sa Raja con l'omonimo vino Sa Raja Vermentino di Gallura Docg superiore 2020 e, confermando quella nel Concorso Internazionale Vermentino, Antonella Corda con il suo Vermentino di Sardegna Doc 2020. Ricco il paniere come detto per la cantina ligure "La Baia Del Sole Cantine Federici", con ben tre etichette di Vermentino premiate: Oro d'Isee, Sarticola e Solaris tutt'e tre Colli di Luni Doc 2020. Ci sono poi 3 aziende toscane: Calevro con il vino I Tre Colli Doc Candia dei Colli Apuani 2020, la Sator SS con il Vermentino Sator Toscana Igp 2020 e Collemassari Spa con il vino Irise Montecucco Doc 2019.

L'evento è stato organizzato dall'associazione Aps Promo Eventi con il patrocinio della Regione Sardegna, del Comune di Cagliari e di Coldiretti Sardegna. cod 78233

TOSCANA IGT

GAMAL 2020

MEDAGLIA D'ORO

Un Vermentino nelle terre toscane, con clima mediterraneo soleggiato e ventilato, per ottenere un vino fresco, aromatico, fruttato, morbido e con un retrogusto leggermente amarognolo. All'olfatto si presenta di buona intensità, con note floreali ed un sottofondo etereo. Al sapore è avvolgente, presenta note minerali, abbinate ad una grande bevibilità e persistenza. La sostenuta acidità di questo vino lascia in bocca una piacevole sensazione di freschezza.

Camigliano
via d'Ingresso 2, loc. Camigliano - 53024
Montalcino (Si) - Tel 0577 816061
www.camigliano.it

VERMENTINO GAMAL DI CAMIGLIANO, UN VINO DA MEDAGLIA D'ORO

Camigliano ha un'origine remota. Divenne borgo importante in epoca medievale, avamposto di Montalcino (Si), di cui difese la lotta per la libertà repubblicana alla metà del XVI secolo. Dopo alterne vicissitudini approdiamo al XX secolo, quando l'azienda fu acquisita dalla famiglia Ghezzi nel 1957: grazie a Gualtiero ha subito un radicale miglioramento con la messa a regime di nuovi vigneti biologici (530 ettari di cui 92 vitati).

L'azienda, condotta da Gualtiero con la moglie Laura e le figlie, produce ogni anno circa 350mila bottiglie tra Brunello di Montalcino base, Brunello di Montalcino "Paesaggio Inatteso" Selezione, Brunello di Montalcino "Gualto" Riserva, Rosso di Montalcino, Poderuccio Igt, Vermentino Gamal Igt e Gamal Rosa Igt.

Il Vermentino Gamal, di recente premiato con la medaglia d'oro al Concorso enologico nazionale Vermentino 2021, nasce dai terreni coltivati col sistema biologico nei territori di Montalcino ai confini con la Maremma. Di colore giallo paglierino, presenta sentori di macchia mediterranea. Il gusto minerale ma anche fruttato ha una buona acidità e sapidità naturale che ne esalta la tipicità e il "terroir". Si abbina bene a piatti di pesce e ai crostacei ed è ideale per aperitivi e long drink. cod 79338

DOC DELLE VENEZIE IL PINOT GRIGIO ROSATO DIVENTA UN CASO DI STUDIO

Il vino rosato è oggi più che mai sulla bocca di tutti. I trend parlano chiaro: il consumatore globale, soprattutto quello britannico, tedesco, statunitense e canadese (mercati di riferimento per la Doc delle Venezie con oltre l'80% di export destinato a questi Paesi) cerca e beve rosé. Le prospettive sono incoraggianti, dunque, per la tipologia, soprattutto nel complesso panorama post-pandemico.

Se l'industria vinicola è impegnata a cavalcare l'onda delle "mode rosa", il Consorzio delle Venezie - che rappresenta gli operatori della filiera produttiva di Pinot grigio Doc del Veneto, Friuli-Venezia Giulia e della Provincia Autonoma di Trento, una delle aree a vitigno unico più estese al mondo - attraverso uno studio iniziato già nel 2017 e guidato dal dottor **Diego Tomasi** del Centro ricerca viticoltura ed enologia (Crea-Ve) di Conegliano, ha deciso di investire prima di tutto nella ricerca associata al Pinot grigio e, in particolare, alla sua versione rosata o ramata. Una tipologia che a tutti gli effetti rappresenta la storia e la tradizione vitivinicola di questo vino-vitigno legato a doppio filo al Nordest italiano sin dalla fine dell'800: qui viene oggi prodotto l'85% del Pinot grigio nazionale e il 43% di quello globale.

Lo scopo del progetto, condotto dal Crea-Ve e finanziato dalla Regione Veneto, è quello di studiare e confrontare le proprietà ampelografiche di 17 cloni di Pinot grigio provenienti da diversi areali produttivi di Italia, Francia, Germania e Serbia: forma e compattezza del grappolo, forma dell'acino, spessore della buccia, proprietà coloranti (quantità di polifenoli e antociani), resistenza alla botrytis, sono tutte informazioni qualitative fondamentali per la progettazione del nuovo vigneto e per la gestione dei processi di vinificazione, in particolare nelle fasi di ammostamento e macerazione.

Un tema caldo portato nel 2020 sul tavolo del ministero delle Politiche agricole dal Consorzio delle Venezie Doc e conclusosi a seguito dell'emanazione del decreto - e successiva pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale del testo con la prima modifica ufficiale al Disciplinare di produzione - che, senza mettere mano alla base ampelografica, permetterà di riportare in etichetta i termini "rosato", "rosé" o "ramato" riferiti alla specifica tipologia e che a tutti gli effetti formalizza una tipologia già esistente.

«Nel frattempo - racconta Diego Tomasi - abbiamo provveduto ad allestire un altro impianto sperimentale con lo scopo di confrontare 13 diversi portinnesti tutti innestati su Pinot grigio. Il cambio climatico, delle tecniche agronomiche, dei caratteri dinamici del suolo e delle attese qualitative, obbligano ad una attenta e forse diversa scelta del portinnesto. Le verifiche fisiologiche e di espressione genica, dovrebbero portare in poche stagioni a nuovi consigli per il viticoltore».

«È ormai evidente che il trend del rosato sia in forte crescita», chiosa il presidente del Consorzio di tutela **Albino Armani**. «Mi preme sottolineare che la nostra attenzione verso la tipologia esula da qualsiasi moda del mercato o del momento. È un lavoro del tutto indipendente iniziato già agli albori della nostra Doc, che vanta basi molto solide e importanti studi preliminari sull'aspetto enologico e viticolo. La ricerca sarà utile ai nostri produttori di Pinot grigio per poter fare un grande rosato e categorizzarlo in maniera precisa e scientifica, soprattutto ora che abbiamo ottenuto l'approvazione della modifica del disciplinare che ci permette finalmente di formalizzare una categoria che da sempre è nostra». cod 79249

Per informazioni: **dellevenezie.it**

Il Consorzio di Tutela al fianco del Centro Ricerca Viticoltura ed Enologia di Conegliano sta selezionando i cloni migliori destinati alla produzione della tipologia rosata del Pinot grigio

Uno studio di grande interesse scientifico e divulgativo, su due annate, che permetterà non solo di selezionare attraverso l'analisi dei diversi campioni e delle micro-vinificazioni i cloni di Pinot grigio migliori per la produzione del "rosato", ma anche di definire una vera e propria "identità del colore" da applicare anche in etichetta, scegliendo quindi il termine più coerente rispetto al risultato ottenuto - rosato o ramato - nell'ottica di cogliere le migliori opportunità e tendenze di mercato.

STRADA DEL VINO VALCALEPIO SINERGIA CON DUE CONSORZI BERGAMASCHI

di ***Enrico Rota***
Presidente della Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca

Bergamo di nuovo protagonista. La Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca ha siglato un accordo con due Consorzi di tutela, Valcalepio e Moscato di Scanzo, impegnati sul fronte della tutela e della promozione delle denominazioni Doc e Docg di Bergamo, con l'obiettivo di valorizzare il comparto turistico utilizzando le produzioni agricole, nonché l'ospitalità generata da strutture alberghiere e di ristorazione, per promuovere tutto il territorio.

L'accordo prevede un'intesa di collaborazione e di cooperazione finalizzata alla promozione del territorio e dei prodotti locali, con particolare riguardo al contesto vitivinicolo, previa chiaramente la condivisione della progettualità e degli obiettivi. La Strada del Vino ha strutturato un progetto triennale, ove viene dato ampio risalto al comparto vitivinicolo, con volontà di implementare l'enoturismo nel territorio allargando il raggio d'intervento alla parte commerciale e dei servizi. La determinazione di unire le forze e di unificare le azioni e gli scopi dei vari enti non può che favorire un nuovo assetto territoriale idoneo ad alzare il livello di intervento e di inserimento nei mercati e nelle realtà nazionali ed internazionali.

Per raggiungere tali obiettivi saranno creati tavoli di coordinamento interessanti i soggetti privati e quelli pubblici. L'identificazione delle attività condivisibili fra i Consorzi e la Strada, con specifica definizione dei rispettivi ruoli, potrà favorire l'allargamento del settore vitivinicolo verso i Comuni e i restanti settori produttivi, culturali e turistici dando finalmente un'attuazione concreta al progetto enoturismo. Tale iniziativa potrebbe essere un primo passo dimostrativo e oggettivamente funzionale ad entrambi gli enti.

Si tratta di un segnale molto deciso e concreto per il territorio anche a dimostrazione dell'identità di scopi che potrà coinvolgere altri enti e soggetti operanti nella bergamasca e che attesterà la reale volontà di unione agli occhi della Regione Lombardia e di tutti gli enti pubblici. Il progetto sarà l'avvio di altre iniziative su scala provinciale e regionale idonee a favorire la collaborazione fra territori diversi a vantaggio dell'interscambio di prodotti, cultura e azioni turistiche e promozionali.

cod 79258

Per informazioni:
www.stradadelvalcalepio.com

BEN...BEVUTI AL SUD

ROSA DEI VENTI DI GORGHI TONDI ROSATO UNIVERSALE DI SPLENDIDA ATTRAENZA

di ***Gianni Paternò***

Le sorelle Annamaria e Clara Sala rappresentano la quarta generazione di un'azienda da sempre al femminile. Siamo a Mazara del Vallo (Tp) in un ambiente unico, affascinante, all'interno della Riserva Naturale Lago Preola e Gorghi Tondi, con le viti che circondano i paesaggistici e faunistici laghetti fino ad arrivare al mare che le influenza con le sue brezze. Le sorelle Sala contribuiscono al rispetto ambientale attuando tutta la coltivazione in bio ai vigneti in gran maggioranza autoctoni: Grillo, Catarratto, Zibibbo, Nero d'Avola, un po' di Frappato, Nerello Mascalese e Damaschino oltre a Syrah, oramai sicilianizzato e novità il Pinot Nero per fare spumante.

Una produzione di 800mila bottiglie in 18 etichette che si avvale della consulenza di Tonino Guzzo, uno degli enologi siciliani che meglio sa interpretare il territorio. Da qualche anno si producono vini senza solfiti aggiunti. Da anni massima è la cura all'accoglienza e da poco è iniziato il rinnovamento grafico delle etichette, già premiato in concorsi di settore.

Degustiamo un rosé, tipologia del futuro per la sua eclетticità, Rosa dei Venti 2020 Igp Terre Siciliane da Nerello Mascalese, premiato miglior rosato da "Wow!2000".

Dopo una macerazione con le bucce fino a 6 ore, sta in acciaio per 5 mesi sulle fecce fini. Colore rosa antico, al naso tanta frutta rossa e bianca e spezie, di grande attraenza; in bocca è perfetto: giusta acidità, buona intensità, rotondo equilibrio, invoglia a berne. Un vino che diventa universale giocando con le temperature. Solo 7 euro. cod 79538

BOLLICINE... CHE PASSIONE

SPUMANTE BRUT ROSÉ JOSETTA SAFFIRIO NOTE AGRUMATE E SPICCATA ACIDITÀ

di ***Piera Genta***

Metodo Classico, 100% Nebbiolo, il Nebbiolo d'Alba Spumante Brut Rosé di Josetta Saffirio è nato per intuizione di Roberto Vezza, enologo della cantina nel 2013. Oggi ne producono circa 7mila bottiglie per una bollicina elegante, un'altra espressione del vitigno Nebbiolo. Non una novità per il Piemonte, dato che il Nebbiolo veniva spumantizzato già nell'Ottocento. Il primo documento porta la data del 1787, si tratta di un resoconto sulla visita a Torino di Thomas Jefferson, non ancora Presidente degli Stati Uniti, che «alloggiando all'hotel Angleterre beve vino rosso di Nebbiolo, trovandolo vivace come lo Champagne».

Il Nebbiolo metodo Classico Josetta Saffirio trascorre almeno 36 mesi sui lieviti prima della sboccatura. Piacevole colore buccia di cipolla, con fragranti note agrumate. Spiccata acidità ed una buona corrispondenza tra gusto ed olfatto. Si abbina a guazzetti di crostacei, zuppe di pesce leggere e delicate o a carni bianche con cotture semplici. Ottimo con un tagliere di salumi del territorio.

La Cantina Josetta Saffirio si trova a Monforte d'Alba, nel cuore delle Langhe. Ai primi del Novecento, il padre di Josetta iniziò a coltivare i vigneti di famiglia. Nel 1975 Josetta, laureata in agraria e affiancata dal marito Roberto, enologo, decise di occuparsi della tenuta. Nel patrimonio dei vigneti ci sono anche parcelle storiche di grande pregio, con viti piantate subito dopo la seconda guerra mondiale. cod 79581

DÉJÀ BÙ

PRODUTTORI DEL GAVI 80 SOCI PER VINI SPECIALI

di ***Guido Ricciarelli***

L'azienda nasce nel 1951 con base sociale, nel 1974 prende il nome di "Cantina Produttori del Gavi" e ad oggi conta 80 soci conferenti. I vigneti sono dislocati su tutti gli 11 comuni facenti parte del comprensorio della Docg. Due sono principalmente i tipi di terreni che possiamo considerare agli antipodi per caratteristiche chimiche e di struttura: le terre bianche calcaree nate dalla disgregazione del tufo donano dei Gavi fini, eleganti e freschi; le terre rosse molto ricche di argilla ed elementi nutritivi generano un Gavi corposo, potente e di volume. Un territorio fatto di alte colline ma accarezzato dalla brezza del mare.

Dalla nutrita gamma di etichette aziendali (ben 12) ne abbiamo estratte, per questioni di spazio, 5. Per iniziare non può mancare la classica bollicina. Il Gavi Spumante Brut Metodo Tradizionale. Di un colore giallo paglierino intenso, con perlage sottile e persistente. Olfatto segnato da note di pesca gialla, fiori di acacia, crosta di pane, agrumi, mela. Il tipico tono ammandorlato ne caratterizza il lungo finale.

I 4 vini che seguono sono accomunati dal fatto di essere della stessa annata, il che rende la degustazione molto interessante. Parliamo del millesimo 2019. Partiamo da un dato comune. Tutti i vini si presentano di un giallo paglierino, più o meno tenue, intenso o verdolino. All'analisi olfattiva ciò che li accomuna è senz'altro il sentore di pera, talvolta in confettura (come nel Primi Grappoli), con la componente acida e sapida perfettamente integrate. Spiccano, per quanto riguarda Il Forte, rimandi di albicocca e susina gialla. Mille951 sfoggia un insolito bouquet di frutto della passione e ananas. Aureliana denota rimandi di pietra focaia e vaniglia. Vini per niente omologati frutto di una sapiente interpretazione enologica e, altro tratto in comune, molto, molto beverini. Ricordano una vibrante brezza serale. cod 79406

UN VITIGNO AL MESE

CAMAIOLA, ANTICO VITIGNO SANNITA DALL'ALTO POTERE COLORANTE

di ***Piera Genta***

Il Camaiola, antico vitigno sannita, è entrato da qualche mese nel Registro nazionale delle varietà di vite. Si tratta del primo vitigno coltivato esclusivamente nella provincia di Benevento a essere inserito nell'elenco ufficiale dei vigneti italiani. Coltivato principalmente nell'areale Telesino, per oltre un secolo è stato semanticamente confuso con la Barbera di origini piemontesi. Una confusione che ha avuto origine proprio all'inizio del Novecento a Castelvenere (Bn); una storia lunga che si intreccia con l'emigrazione nel Nord America dei primi produttori e con la presenza di una colonia valdese.
Camaiola è un termine di cui non si trova traccia negli antichi vocaboli dialettali sanniti. Al contrario, come si legge negli scritti del giornalista Pasquale Carlo, in più opere di lingua francese che affondano le radici nella lingua occitana-provenzale (la lingua ufficiale dei valdesi), alla voce "camaia" si legge: «Noircir, barbouller de noir, tacher. La vìgne se camaia; le raisin commence à tourner», quindi un termine che descrive una varietà capace di macchiare di nero, un'uva dall'alto potere colorante, utilizzata nei decenni scorsi per "colorare" i vini.
Nel 2001 alcuni esperti evidenziano che la varietà coltivata nella Valle Telesina e riconosciuta come "Barbera del Sannio" nulla avesse a che vedere con la varietà originaria del Piemonte.
Il vino si presenta di colore rosso intenso con riflessi violacei. Profumi netti di frutta rossa matura e marcata floreale di rosa con note vegetali. Morbido, poco tannico. cod 79579

LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

CHIARETTO ROSERI DI CÀ MAIOL, VINO ROMANTICO E SOFISTICATO

di ***Piera Genta***

Il Valtènesi Riviera del Garda Classico Chiaretto Doc "Roseri" 2020 di Cà Maiol è una limited edition che fa parte di un trittico di tre packaging da collezione, ognuno dei quali rappresentativo di un universo femminile. Il nome "Roseri" vuole ricordare il delicato profumo dei boccioli delle rose. Prodotto sulla sponda bresciana del lago di Garda, tra Desenzano e Salò, una zona dal microclima particolare chiamata Valtènesi. È ottenuto dalla vinificazione di quattro uve gardesane a bacca nera: Groppello, Marzemino, Sangiovese e Barbera. Chiamato "vino di una notte" in quanto storicamente per ottenere il suo delicato colore veniva lasciato una notte a contatto con le sue bucce.
La colorata etichetta e il packaging, una confezione in latta riciclata, sono realizzati dall'artista gardesana Marianna Tomaselli. Le limited edition riprendono le grafiche create per il digital project #GirlsLovingCamaiol, lanciato nel 2020 e già premiato come "Best Wine Content" per gli Annual Creative Awards 2020, rassegna organizzata da Social Creative Awards e volta a premiare i digital content di maggior impatto e rilievo.
Roseri rappresenta la donna romantica, riflessiva e sensuale che valorizza lo spirito sofistico del vino. Un lago al tramonto, sfumature di luci e colori, una donna di spalle in abito da sera che osserva il lago e il sole che tramonta dietro le montagne illuminate dagli ultimi raggi. Gli altri special pack sono Prestige, dal vitigno autoctono Turbiana, una donna spontanea, amante degli aperitivi in compagnia, e Molin, uno dei vini più iconici della cantina Cà Maiol, punto di riferimento dell'enologia gardesana, una donna dall'eleganza innata, interessata a temi sociali e sostenibilità, fortemente consapevole delle proprie scelte. cod 79580

MC77 È IL BIRRIFICIO DELL'ANNO 2021 PER UNIONBIRRAI

Va nelle Marche, in provincia di Macerata, l'ambito premio Birra dell'Anno svelato nel corso di Cibus. 1599 le birre degustate, 45 le categorie diverse di premiati. Il concorso segna la ripartenza del settore

Anche per il 2021 Birra dell'Anno ha decretato le migliori birre artigianali italiane. L'appuntamento con la premiazione della sedicesima edizione del concorso organizzato da Unionbirrai, associazione di categoria dei Piccoli Birrifici Indipendenti, si è svolto in occasione della prima giornata di Cibus e ha visto alternarsi i mastri birrai di tutta Italia sul palco della sala Barilla presso Fiere di Parma.

Tanti i riconoscimenti assegnati, fra podi e menzioni speciali, ai piccoli birrifici indipendenti che da Nord a Sud producono le più buone birre artigianali italiane. Il premio al Birrificio dell'Anno 2021 è andato nelle Marche a MC77, con sede in provincia di Macerata, che si è aggiudicato il titolo per aver ottenuto con le sue birre due primi posti (Breaking Hops - Double Ipa e San Lorenzo - Blanche) e un secondo posto (Zerbster Bitterbier) in tre differenti categorie. Ma la regione che ha portato a casa più premi è stata la Lombardia con 25 birre premiate, se-

guita da Veneto (14), Emilia Romagna e Piemonte (13), Marche e Toscana (12).

45 le categorie del concorso

A definire i vincitori delle 45 categorie in gara sono stati i 60 giudici impegnati nell'edizione 2021 del concorso, che dopo aver degustato le 1599 birre iscritte alla competizione per 207 birrifici, hanno assegnato il trofeo alle tre birre migliori per ogni categoria. Ancora una volta Birra dell'Anno ha registrato numeri importanti, nonostante la pandemia, e riscontrato l'alta qualità della produzione italiana generale di birra artigianale. «Possiamo ritenerci soddisfatti anche di questa edizione, nonostante la formula rivisitata per le necessità del momento - ha sottolineato Simone Monetti, segretario nazionale Unionbirrai - Il concorso quest'anno segna simbolicamente la ripartenza del comparto dopo il difficile periodo pandemico, e lo fa con numeri inaspettati e soprattutto riscontrando prodotti sempre di maggiore qualità. La giuria ha lavorato in piccoli gruppi e in più giorni, per agevolare le operazioni di degustazione in sicurezza. Siamo contenti di aver potuto svolgere la fase di assaggi con tutti i giudici in presenza a luglio, anche con la partecipazione di dieci componenti stranieri ai tavoli. Dati da non sottovalutare, viste le difficoltà del momento».

Unionbirrai a Cibus

Nell'edizione 2021 presso il Padiglione 7 di Fiere di Parma sono proseguiti i momenti di approfondimento a cura di Unionbirrai che si sono svolti nell'area lounge birra artigianale. Ma Cibus è stata anche occasione per degustare la birra artigianale nel Cibus Off Village che ha animato il centro di Parma. cod 79618

NERO DI COMO
UNA RICETTA SEGRETA AFFINATA NEL TEMPO

di *Andrea Lupini*

La storia del Nero di Como si intreccia tra luminose feste notturne e la scoperta di una ricetta sorprendente, risultato dell'unione di dolci sapori del lago e profumi di spezie esotiche sconosciute. Tutto ebbe inizio con la curiosità e l'intuito di un imprenditore comasco che fece la sua fortuna all'epoca dei grandi commerci con le colonie oltremare. Era un viaggiatore del mondo sempre alla ricerca di prodotti pregiati, come caffè, tè, spezie, cacao e zucchero, da offrire ai suoi prestigiosi clienti. Quando tornava dai viaggi riapriva agli amici i saloni della sua villa sul lago di Como e ogni sera dava vita a sfarzosi ricevimenti che duravano anche tutta la notte, con musica e risate che riecheggiavano fino all'alba nella grande villa. Il padrone di casa amava condividere con gli invitati i nuovi sapori e i profumi lontani che scopriva.

Un liquore unico, denso, dall'armonica intensità. Nato da un colpo di genio, il Nero di Como è il risultato della continua selezione dei migliori rum invecchiati, coniugata all'attenta ricerca del miele del Lario

Proprio durante una di queste notti di festa vennero uniti pregiata liquirizia calabrese, il miglior rum caraibico invecchiato e miele dei monti intorno al lago. Ne nacque un liquore armonico, scuro e misterioso come una notte senza luna. Il suo creatore lo chiamò, ovviamente, "Nero di Como" e divenne in breve tempo un cult tra i frequentatori di queste ambite soirées sul lago. Il passaparola divenne inarrestabile e tutti cercavano di farsi invitare per assaporare gli inconfondibili aromi del Nero di Como, capaci di accendere la serata e regalare una spensierata allegria.

Il tempo sembra non essere passato, perché anche oggi come allora la notte si accende con Nero di Como. Nello scenario creativo del mondo mixology e non solo, Nero di Como dimostra la sua complessità armonica, e lo fa esaltandosi e diventando protagonista d'ispirati connubi. Sa unirsi con grande vivacità al lime, alle spezie e alle sode e se volete sorprendervi fino in fondo, gustatelo con la frutta esotica o sul gelato. Abbinamenti straordinariamente coinvolgenti, che raggiungono vette sensoriali indimenticabili.

È un liquore unico, denso, dall'armonica intensità che conquista il palato. Il Nero di Como è oggi il frutto di una ricetta che si è perfezionata e arricchita negli anni. È il risultato della continua selezione dei migliori rum invecchiati, coniugata all'attenta ricerca del miele del Lario. E poi il vero segreto: la delicata e lunga macerazione dei bastoncini di liquirizia calabra nel rum, che dura per un tempo ben preciso e regala al liquore un aroma unico e prezioso. cod 79265

Distribuito da: **Devon srl**
via Alzate 16/1 - 22032
Albese con Cassano (Co)
www.nerodicomo.it

JULIUS MEINL IN PRIMA LINEA PER L'AMBIENTE E IL SOCIALE

Julius Meinl, storica torrefazione austriaca con cuore produttivo a Vicenza, è da quasi 160 anni sinonimo di caffè di altissima qualità. Ma cultura del caffè e innovazione di prodotto non sono gli unici capisaldi dell'azienda: la sostenibilità, ambientale ma anche sociale, è infatti al centro delle azioni della torrefazione viennese.

Con l'obiettivo di rendere il mondo un posto migliore per questa e per le prossime generazioni attraverso passi piccoli ma significativi, l'impegno per uno sviluppo sostenibile inizia negli impianti di produzione, dove i materiali o il calore di scarto vengono utilizzati per produrre energia termica, risparmiando circa 1.050 tonnellate di CO_2 all'anno.

Ma per Julius Meinl la sostenibilità non è solo ambientale ma anche sociale, ed è per questo che nel 2021 l'azienda vuole celebrare la Giornata Mondiale del Caffè all'insegna della sostenibilità a tutto tondo. Il 1° ottobre, tutti i locali che utilizzano o sceglieranno di utilizzare miscele Julius Meinl sostenibili e certificate riceveranno una targa che certifica il loro impegno per la tutela dell'ambiente; per ognuno di loro, attraverso la fondazione Jane Goodall, verrà piantato un albero per contribuire alla riforestazione della Tanzania, uno dei paesi d'origine del caffè delle miscele Julius Meinl.

Dopo il grande successo dello scorso anno torna anche la collaborazione con la onlus I Bambini delle Fate, che assicura sostegno economico a progetti e percorsi di inclusione sociale a beneficio di famiglie con autismo o disabilità. Il progetto 2021 vedrà la creazione di una speciale tazzina da caffè, il cui piattino è stato disegnato da Giorgia, una delle ragazze del Centro Autismo Ca'Leido. "Guarda il mondo con occhi diversi" è l'invito riportato sul piattino, venduto insieme ad una tazzina e una confezione da 250 g di caffè macinato Giubileo 100% Arabica.

A partire dal 15 settembre, il kit sarà acquistabile nei locali aderenti ad un prezzo al pubblico consigliato di 14,90 euro e il ricavato sarà interamente devoluto alla Fondazione Ca'Leido.

cod 79314

Julius Meinl Italia
via Verona 70 - 36077 Altavilla Vicentina (Vi) - Tel 0444 334411
www.meinl.it

SOGEGROSS

AL VIA IL REBRANDING DEL CANALE CASH&CARRY

Freschezza, assortimento, qualità e servizio: parte da questi valori l'attività di rebranding che riguarda il canale all'ingrosso del Gruppo Sogegross, insegna nota da sempre come "Sogegross Cash&Carry", che prende ora il nome di "GrosMarket". L'approccio full service, digitale e su misura per i professionisti rappresenta la piena identità del nuovo brand, che investe su ricerca della qualità, semplicità di approvvigionamento e personalizzazione di prodotti e servizi per offrire ai clienti soluzioni su misura. L'attenzione alla relazione con i clienti e l'assortimento ampio e specialistico, per offrire ai clienti professionisti dell'Horeca una vera e propria "dispensa" su cui contare, sono sintetizzati nel nuovo payoff che accompagna il logo: "Food & Service a tua misura".

«Lavoriamo da tempo all'attività di rebranding, che abbiamo fortemente voluto sia per sottolineare l'impegno in quest'area strategica sia per rendere più chiara la distinzione tra il format all'ingrosso e la holding, che comprende anche le insegne di vendita al dettaglio Basko, i discount Ekom e i franchising Doro», spiega **Flavio Zago**, direttore del canale ingrosso del Gruppo Sogegross. «La pandemia ha rallentato tutto, ma ormai siamo in dirittura d'arrivo: entro la fine di settembre avremo completato il rebranding su tutti i punti vendita della rete».

Il marchio GrosMarket era già presente nel 2016, a partire dall'acquisizione di alcuni punti vendita in Lombardia.

Nuova piattaforma e-commerce

Le novità non si esauriscono con il cambio insegna. «Già da settembre sarà a disposizione dei nostri clienti professionisti Horeca tutta una serie

di servizi innovativi studiati ad hoc. A partire dalla nuovissima piattaforma e-commerce, declinata anche su app, per garantire ai clienti un servizio realmente su misura», prosegue Zago. Oltre a fare la spesa online, dalla piattaforma sarà possibile consultare l'assortimento completo attraverso pratiche schede prodotto, gestire ordini, fatture e pagamenti, oltre che le diverse tessere facenti riferimento alla singola ragione sociale. Il sito ha una user experience ottimizzata, che rende ideale la navigazione utilizzando smartphone e tablet, anche da parte di utenti non esperti.

Nuove modalità per fare la spesa

In tutti i cash&carry della rete sarà possibile fare la spesa in modalità “Click&Collect”, ovvero con la prenotazione online e successivo ritiro presso il proprio cash&carry di riferimento. I clienti professionisti hanno accesso alla modalità “Delivery”, con ordini online e consegna presso la propria attività.

In alcune aree sarà possibile fare la spesa in modalità “Buy&Go”, ovvero facendo gli acquisti in negozio con successiva consegna a domicilio, o essere supportati dagli Horeca Account, che aiutano il professionista attraverso un'attenta analisi delle sue esigenze.

Servizi a 360°

«La scelta del rebranding - spiega ancora Zago - va intesa come un'importante evoluzione, per

dare un nuovo e più ampio valore alla tradizione che ci ha reso un punto di riferimento per i clienti Horeca. Abbiamo sposato appieno il concetto di “full service” perché vogliamo continuare a fornire ai nostri clienti servizi a 360°, affiancando alla nostra presenza sul territorio, che ovviamente non verrà mai a mancare, un importantissimo supporto digital per aiutare sempre più i professionisti nelle loro esigenze quotidiane. Anche i social sono stati rinnovati, proprio per fornire contenuti sempre più rilevanti e di utilità per la community Horeca che ci segue».

GrosMarket sarà la nuova insegna dell'ingrosso della holding genovese, fra i primi 10 gruppi privati in Italia della grande distribuzione. In tutti i cash&carry è possibile fare la spesa in modalità “Click&Collect”

Forte radicamento sul territorio

GrosMarket resta un brand storico di grande tradizione, radicato nel territorio (recente la nuova apertura di Albisola, in provincia di Savona), che offre un'esperienza d'acquisto profondamente legata al punto vendita. Freschezza e assortimento sono i punti di forza, che da oggi, con i nuovi servizi digitali, si arricchiscono di un approccio innovativo e all'avanguardia, capace di offrire prodotti e soluzioni per facilitare e migliorare il lavoro del professionista. «Il nostro forte radicamento sul territorio - conclude Zago - si concretizzerà nei prossimi mesi attraverso due nuove aperture, in Liguria e in Toscana: stiamo lavorando per mettere a terra gli ambiziosi step del nostro piano di sviluppo».

cod 79335

GDO E RETAILER NEWS

Italia a Tavola prosegue nella valorizzazione dei prodotti e delle aziende che si rivolgono al canale della Grande distribuzione organizzata: novità, iniziative e progetti innovativi che rappresentano un motivo d'interesse per il consumatore finale

TRADIZIONE E INNOVAZIONE ARRICCHISCONO SPUNTINI E SNACK

Ricette tra tradizione e innovazione. La gamma senza glutine Doria si compone di 31 referenze tra pane, snack salati, mix e preparati, pasta, biscotti e prodotti per la prima colazione. Biscopan propone il PanBiscotto stile Ferrarese declinato in una ricetta moderna.

Doria formato gluten free

La bella stagione continua e l'imperativo dei pranzi in questo periodo è sempre e solo uno: leggerezza e gusto. Con i prodotti gluten free Doria preparare saporiti e veloci pasti da consumare en plein air è davvero semplice. Cous cous, insalate di pasta o ricchi panini privi di glutine sono la soluzione ideale e senza rinunce. La gamma senza glutine Doria si compone di 31 referenze tra pane, snack salati, mix e preparati, pasta, biscotti e prodotti per la prima colazione distribuite presso farmacie, parafarmacie e negozi specializzati e sono notificate presso il ministero della Salute (quindi erogabili gratuitamente agli aventi diritto). Alcuni prodotti, inoltre, sono anche privi di latte o lattosio e certificati dal Marchio Lfree nella versione verde "Lactose&Milk Free" o nella versione celeste "Lactose Free". Questo li rende accessibili anche a chiunque sia allergico alle proteine del latte e/o non possa assumere lattosio all'interno della propria dieta.

www.doria.it/senzaglutine

Il PanBiscotto stile Ferrarese di Biscopan

Croccante, gustoso e ottimo sostituto del pane fresco da tavola: è il PanBiscotto stile Ferrarese di Biscopan. Rispettando l'antica tradizione del panbiscotto che nasceva dalla necessità di conservare il pane per lungo tempo, il PanBiscotto stile Ferrarese viene proposto da Biscopan in una ricetta moderna. La lunga lievitazione naturale e la cottura al forno permettono di ottenere un prodotto semplice e buono, proprio come i sapori di una volta. PanBiscotto stile Ferrarese Biscopan è oggi disponibile nella nuova versione con farina integrale, ad alto contenuto di fibre e fonte di proteine. Un'alternativa per un consumo più leggero e digeribile e un'alimentazione naturalmente equilibrata, senza tralasciare il vero sapore di pane. PanBiscotto stile Ferrare Biscopan è disponibile anche in versione classica con olio di oliva e in versione a basso contenuti di grassi. I formati disponibili sono 250 grammi e 400 grammi. **www.biscopan.it**

cod 79667

TANTE NOVITÀ NELL'UNIVERSO CASEARIO

Formaggi protagonisti sugli scaffali con tante novità per arricchire il raggio d'azione in cucina e per soddisfare ogni consumatore.

Bayerland: Emmental ed Edam senza lattosio

Bayernland, la cooperativa di latterie agricole bavaresi, presenta un'ampia gamma di formaggi affettati senza lattosio. Prodotti pensati per le esigenze dei consumatori intolleranti o che non digeriscono il lattosio perché ne contengono meno dello 0,10% e sono ideali per l'utilizzo quotidiano in tutte le ricette. Edam ed Emmental, in particolare, sono tra i formaggi più amati e apprezzati, il primo dal gusto delicato, il secondo dal gusto dolce e aromatico. Edam ed Emmental senza lattosio sono realizzati da Bayernland in fette dal formato classico per toast 10x10 e confezionati in vaschette "apri e chiudi", perfetti per farcire toast, panini, tartine e piadine. La gamma di prodotti affettati Bayernland senza lattosio comprende anche Cheddar, Tilsiter e Caciotta. **www.bayernland.it**

Galbani: Mozzarella Santa Lucia di Latte di Bufala

Galbani Santa Lucia entra in un mercato di valore e in forte crescita negli ultimi anni, quello della mozzarella di bufala. L'obiettivo è far apprezzare a un pubblico sempre più ampio il gusto di questo prodotto della cucina italiana, grazie a una varietà di usi possibili e sfruttando la popolarità di Mozzarella Santa Lucia. «Con la Mozzarella Santa Lucia di Latte di Bufala entriamo in un mercato per noi nuovo, ma di grande valore e in continua crescita - ha commentato **Mauro Frantellizzi**, direttore Marketing Galbani Cheese - Inoltre, con questo lancio posizioneremo la Mozzarella Santa Lucia di Latte di Bufala in maniera differente rispetto ai nostri competitors, ampliando il consueto utilizzo in cucina e rendendola protagonista delle ricette degli italiani». Il formato multi pack 2x125g ed è ideale per realizzare ricette originali a freddo o come ingrediente per dare un tocco di gusto in più ai piatti. Il pack, pensato per accompagnare i consumatori nel mondo della ricettazione, è realizzato con due grafiche e differenti visual di ricette sul fronte e due ricette, complete di ingredienti e procedimento, sul retro.

galbanicheese.com

Il GranMix Fila e Gusta di Ferrari

GranMix Fila e Gusta, julienne di Mozzarella e Scamorza prodotti con latte italiano, selezionati e confezionati freschi da Ferrari Formaggi, è l'alleato perfetto per dare libero sfogo alla fantasia in cucina. Combinando il gusto delicato della Mozzarella a quello più deciso della Scamorza, la resa è ottimale grazie al basso contenuto di umidità che rende i piatti ricchi, filanti e compatti. GranMix Fila e Gusta è ideale per preparare una grande varietà di piatti caldi al forno o saltati in padella, un ingrediente pronto all'uso e pratico, richiudibile in una comoda confezione salva freschezza. Dalla pizza alla pasta, dalle verdure alle lasagne, le possibilità di creare ricette con GranMix Fila e Gusta sono infinite. GranMix Fila e Gusta di Ferrari Formaggi, composto da julienne di Mozzarella e Scamorza, è proposto in busta salva freschezza da 135 grammi. **www.ferrariformaggi.it**

cod 79661

ORZO E TISANE
BEVANDE PER RIGENERARSI

Una tendenza ormai consolidata vede i consumatori sviluppare sempre più un crescente interesse verso l'aspetto salutare degli alimenti. Ci si orienta quindi verso l'acquisto di cibi e bevande sani e benefici per la salute e si prediligono prodotti che supportano il sistema immunitario. In questo conteso di rilievo le proposte di Nestlé con la gamma Orzoro e di Twinings con la linea Benessere.

Ripartire di slancio con Orzoro

Quando il periodo estivo giunge al termine ci si ritrova di nuovo sommersi dai ritmi frenetici della quotidianità ai quali doversi riabituare e con i quali ricominciare a convivere. Il rientro dalle vacanze è vissuto in maniera soggettiva: i bambini si preparano a ritornare sui banchi di scuola; i più grandi, invece, riprendono la loro organizzazione quotidiana e le abitudini di sempre. Un buon fedele compagno in momenti come questi è una bevanda semplice e piacevole a base di Orzoro per riuscire ad affrontare il rientro al meglio. Con la sua gamma di prodotti e il suo gusto unico, Orzoro è proprio un alleato pronto a regalare, ogni volta che se ne sente il bisogno, un momento di naturalità. La gamma e le modalità di utilizzo di Orzoro sono articolate: Orzo solubile, Orzo e cacao solubile, Orzo e caffè solubile, Moka.

www.nestle.it

Twinings: le virtù della linea Benessere

In linea con le tendenze di mercato che vedono il benessere sempre più al centro delle scelte di acquisto del consumatore Twinings, protagonista mondiale nel segmento del tè e continuo innovatore nel segmento infusi, presenta in Italia Twinings Benessere, una linea a base di ingredienti naturali selezionati e vitamine o minerali con proprietà benefiche sull'organismo. Twinings Benessere rappresenta un nuovo modo per ottenere di più dalla propria quotidianità per aiutare a difendere l'organismo e rinforzare le difese immunitarie (Twinings Benessere Difesa), aumentare l'energia durante il giorno senza assumere caffeina (Twinings Benessere Energia) e neutralizzare i radicali liberi che causano lo stress ossidativo (Twinings Benessere Antiossidante). **www.twinings.it**

cod 79669

BONDUELLE E PLANET FARMS VERDURE ATTENTE ALL'AMBIENTE

Bonduelle lancia "Zucchine e Peperoni grigliati con Patate". Oggi tutti i pack sono riciclabili. Anche Planet Farms presenta confezioni riciclabili per insalate ed erbe aromatiche coltivate in vertical farming

Sostenibilità assoluta per Bonduelle

Bonduelle, azienda di primo piano nel mercato delle verdure, amplia la gamma dei surgelati Natura in Padella, introducendo la referenza "Zucchine e Peperoni grigliati con Patate". Forte del successo della gamma Natura in padella e, in particolare, della referenza con melanzane e zucchine grigliate, Bonduelle ha deciso di investire ulteriormente in questo segmento, proponendo un misto composto da 3 ortaggi: zucchine e peperoni grigliati con patate. A oggi, l'offerta surgelati comprende già packaging sostenibili, come quello della gamma Coccole, realizzato in cartoncino 100% riciclabile, da fonti rinnovabili, quello della gamma Senza residuo di pesticidi con buste biobased ovvero 100% riciclabili e per il 54% composte da plastica di origine vegetale. A partire da settembre sostituisce le restanti buste attuali con quelle innovative in duplex 100% riciclabili. Grazie agli investimenti in ricerca e sviluppo, Bonduelle è riuscita a offrire questa soluzione che, non utilizzando lo strato di plastica con il film metallizzato, consente di consumare il 25% di plastica in meno e di garantire al 100% la riciclabilità della busta in qualsiasi tipo di impianto di recupero, mantenendo lo stesso livello di performance del pack precedente. Con l'introduzione di questa importante innovazione tecnologica, quindi, a partire da settembre 2021 tutti i pack Bonduelle sono 100% riciclabili. **www.bonduelle.it**

Planet Farms: confezioni creative e riciclabili

Planet Farms presenta cinque confezioni colorate e riciclabili che racchiudono il gusto delle insalate e delle erbe aromatiche pronte al consumo, coltivate con l'innovativa tecnica del vertical farming. Le cinque referenze hanno nomi ironici, estremamente riconoscibili: Lattugood per il lattughino, Yummix Piccante, Orientale e Delicato per i mix di insalate e Basilicooh per il basilico. «Fedeli agli obiettivi di sostenibilità senza compromessi - spiegano **Luca Travaglini** e **Daniele Benatoff** di Planet Farms - abbiamo pensato ad una confezione riciclabile in carta. Un materiale che permette di rompere le regole dal punto di vista dell'impatto visivo e allo stesso tempo tutelare la qualità del prodotto». **www.planetfarms.ag/it**

cod 79675

Sammontana, nuovo Cornetto Cinque Stelle con Cioccolato di Modica Igp

Sammontana lancia il Cornetto Cinque Stelle con Cioccolato di Modica Igp, unico cioccolato europeo a marchio comunitario. «La Sammontana - ha dichiarato il direttore ricerca e sviluppo **Guido Calò** - cerca da sempre di mantenere un legame con il territorio e la nazionalità, già a partire dal nome, ovvero Sammontana - Gelati all'Italiana, il cui termine gelato è già indicatore di un prodotto ben definito, differente dall'ice cream, ed è un altro di quei termini molto abusati all'estero. Il cioccolato di Modica Igp è un'eccellenza italiana basata su artigianalità e passione. Il cono avrà tre consistenze di cioccolato: in crema, variegato e in forma solida delle palline sovrastanti». «Il risultato di oggi - ha puntualizzato il direttore del Consorzio del Cioccolato di Modica Nino Scivoletto - è il frutto di una sinergia tra Consorzio, Comune di Modica, Regione Sicilia e Mipaaf e il generoso sostegno dalla Camera di Commercio del Sud Est, della Cna Alimentare, di Fondazione Qualivita e dell'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato. Conferire al cornetto Sammontana la caratteristica granulosità del nostro cioccolato ha rappresentato un ulteriore passo avanti verso la notorietà del cioccolato di Modica Igp». cod 79684

Per informazioni: www.cioccolatodimodica.it - www.sammontana.it

Panna Cotta Meggle, pronta in un attimo

Il più grande vantaggio offerto dalla Panna Cotta Meggle è che non deve essere aggiunto nessun altro ingrediente perché nella confezione c'è già tutto. Basta solo scaldare la Panna Cotta Meggle, posizionarla negli stampi scelti e lasciarla riposare in frigorifero il tempo necessario. Il risultato è più che garantito e con una confezione si possono ottenere fino a 6 porzioni. Cremosa e pronta in pochi istanti, grazie al trattamento termico Uht, si può conservare a temperatura ambiente. Arricchita con un leggero aroma di vaniglia, presenta un sapore inconfondibile: buona come fatta in casa al momento, vellutata e piacevolmente morbida al palato. cod 79677

Per informazioni: www.meggle.it

Il mattino profuma di croissant

In base ai risultati di una ricerca Nextplora commissionata da Bauli in occasione del lancio dei Croissant BuonEssere, la nuova linea di croissant con cereali, semi e gustose farciture, gli italiani hanno ben chiari i suoni o profumi ideali per un risveglio perfetto. Il croissant, del resto, ha il mattino in bocca. Al posto del trillo fastidioso della sveglia, per il 38% degli intervistati il borbottio della moka sarebbe il modo perfetto per iniziare la giornata, superando persino la voce di una persona cara (26%).

Per i più giovani, invece, non c'è nulla di meglio della propria canzone preferita per partire con il piede giusto: la sceglierebbe il 28% degli intervistati tra i 18 e i 34 anni. E se invece ci si potesse fare svegliare da un profumo? Per il 46% degli italiani l'aroma di un croissant caldo sarebbe il non plus ultra per iniziare al meglio la giornata. Secondo il 43% degli intervistati, invece, niente può battere il profumo inconfondibile del caffè, un vero e proprio classico della colazione all'italiana. Un risveglio soft è la chiave giusta per un momento di autentico benessere. cod 79679

Per informazioni: www.bauli.it

DALLE MENSE ALLA RISTORAZIONE ALBERGHIERA DOVE SI PUÒ FARE MOLTO DI PIÙ

di ***Nicola Grolla***

Il nome, che si richiama al mitico Pellegrino Artusi, dice tutto: a tracciare il percorso di avvicinamento di Elior al mondo dell'hotellerie è stata la ristorazione. O meglio, quel fils rouge che ormai collega in modo indissolubile l'esperienza del soggiorno in una struttura ricettiva e quella culinaria all'interno della stessa offerta. Da qui nasce Artusia, la nuova divisione del gruppo attivo nella ristorazione collettiva che si pone l'obiettivo di raggiungere, nel giro dei prossimi cinque anni, un network di 50-60 alberghi a cui mettere a disposizione il proprio format food&beverage. «Abbiamo già avviato la partnership con tre strutture e a settembre aggiungeremo altri due hotel 4 stelle nel Milanese», racconta **Gianluca Galletti**, direttore commerciale Elior e divisione Artusia.

Come nasce questo passaggio dalle mense alla ristorazione alberghiera?

Nel 70-75% dei casi, la componente food&beverage del mondo alberghiero non è profittevole. Siamo partiti da qui, dal trasformare un problema in un'opportunità. Il mercato italiano, infatti, non è mai riuscito a fare del ristorante dell'albergo una destinazione, così come accade all'estero. In Italia, a parte qualche caso raro, quando si pensa alla ristorazione alberghiera si pensa solo al buffet della colazione ma non un luogo dove andare a cenare. A questo si aggiunge il fatto che il ventaglio dei partner delle strutture alberghiere capaci di gestire l'offerta ristorativa è formato da piccoli player, il più grande dei quali occupa una quota di mercato inferiore al 5%. Non sorprende, quindi, che solo il 15% degli hotel italiani affidi in outsourcing questa attività.

E cosa può portare Elior, con Artusia, in questo mondo?

Innanzitutto, grande esperienza di gestione di tutte le componenti del mondo food grazie alla nostra esperienza nella collettiva. Questo non significa che trasformeremo i ristoranti degli hotel in delle mense, ma che mutueremo le capacità di processo nella collettiva per ottenere le migliori performance

Il marchio della ristorazione collettiva Elior ha deciso di scendere in campo nel mondo dell'hotellerie. E, dopo un percorso di due anni, ha lanciato cinque concept per hotel 4 stelle e resort. L'obiettivo è chiaro: rendere profittevole un servizio che «nel 75% dei casi non lo è», come spiega il direttore commerciale Gianluca Galletti

possibili nel mondo dell'hotellerie. Gestire in modo accurato il personale, la capacità di acquisto attraverso le nostre centrali di approvvigionamento, fare ricerca e sviluppo sia dal punto di vista delle tecnologie che delle ricettazioni sono tutti plus che vorremo mettere a fattor comune. Il tutto facendoci aiutare da delle figure esperte, 4-5 professionisti dell'hotellerie che ci hanno accompagnato in un percorso di avvicinamento durato due anni.

Come si struttura il vostro intervento una volta contattati dall'albergo interessato?

Abbiamo creato dei concept da adattare in base alla situazione che ci troviamo di fronte. In particolare, si tratta di quattro concept dedicati ai 4 stelle e uno per i resort: i due mercati a cui vogliamo rivolgerci prioritariamente. Insieme ai nostri partner scegliamo quale di questi, ognuno differente per la tipologia di food experience offerta, si integra al meglio con la location e il mercato in cui sorge la struttura. Alternativamente, possiamo realizzare un concept che, partendo da queste basi, sia totalmente customizzato sulle richieste del cliente. In generale, comunque, il nostro compito è quello di ritagliare dei concept capaci di potersi misurare con la proposta ristorativa già presente sul territorio. Fatto ciò, si implementa un modello di business per cui Artusia si occupa di gestire la parte food&beverage per poi pagare delle royalty sul fatturato all'albergo. Questo significa che più cresciamo più riusciamo a creare e condividere valore con la proprietà dell'hotel.

La ristorazione collettiva ha fatto del rapporto con il territorio un sodalizio utile al business: molti bandi di gara premiano il km zero, il biologico, ecc. Come riportare tutto ciò nella cucina di un albergo?

Come detto, per esperienza non ci manca la capacità di lavorare con fornitori locali. Ma nel mondo alberghiero, soprattutto di un certo livello, serve trovare il giusto mix fra la proposta food&beverage tipica, tradizionale, locale e le necessità, per esempio, di un pubblico internazionale con gusti differenti ma comunque alla ricerca di un'esperienza gustativa diversa. Ci vuole un giusto mix.

Il percorso di avvicinamento al mondo dell'hotellerie ha coinciso con lo scoppio della pandemia. In che modo questo evento ha inciso sull'affinamento della vostra proposta?

Abbiamo aperto i primi alberghi ancora in piena pandemia a marzo-aprile 2021, quando ancora c'era la zona rossa in alcune parti d'Italia. Ma, fortunatamente, non abbiamo dovuto fare correzioni dell'ultimo minuto a causa dell'emergenza sanitaria. Per questo i nostri concept possono essere tutti declinati in una proposta normale, completa di tutto punto oppure una più leggera e flessibile. In questo modo abbiamo maggiore margine per apportare modifiche in corso d'opera, rispettare l'andamento dei vari Dpc, con la speranza però di essersi lasciati alle spalle il peggio.

Il rischio è che la pandemia si porti via la materia prima: gli hotel!

La pandemia è stata un duro colpo. Ma molti alberghi costretti a chiudere ora stanno pian piano riaprendo riflettendo su quale sia il migliore business model da adottare. Ecco, in questa fase Artusia può essere un valido alleato. I tempi sono maturi affinché anche le piccole strutture prendano consapevolezza che qualcosa va cambiato se si vuole restare sul mercato. cod 78957

CELIACHIA E TUMORI DEL SANGUE
LA PREVENZIONE PARTE DA UNA DIETA CORRETTA

di ***Tiziana Colombo***

La celiachia è un problema molto diffuso a giudicare dai dati che vengono rilasciati periodicamente dal ministero della Salute. Tuttavia, la crescente diffusione potrebbe essere frutto di un errore di prospettiva, dovuto in realtà a un fenomeno positivo, ossia un maggiore accesso alla diagnosi. Proprio la diagnosi precoce è uno degli strumenti che consente a chi soffre di sintomi riconducibili alla celiachia di riacquistare un buon tenore di vita e, soprattutto, scongiurare problemi di salute ancora più gravi. Anche perché emergono con una certa frequenza studi che correlano la celiachia con un maggiore rischio di contrarre malattie gravi e potenzialmente mortali. Non ultimi, i tumori del sangue.

Uno studio fa luce proprio su questo aspetto, nonché sul legame tra celiachia e patologie oncologiche come

i linfomi. Nello specifico, lo studio è stato pubblicato dalla rivista scientifica "Annals of Internal Medicine" ed è stato realizzato dai ricercatori del Celiac Disease Center della Columbia University Medical Center e del New York Presbyterian Columbia.

Lo studio è molto approfondito, anche perché è durato quasi un decennio. In particolare, 7.625 individui affetti da celiachia sono stati seguiti per 9 anni. La loro salute è stata monitorata periodicamente, fino a scoprire che in un gruppo specifico l'insorgenza di linfomi era di gran lunga più elevata.

Si è ravvisata, quindi, un'insorgenza maggiore negli individui con un grado di celiachia severo, caratterizzato da una quasi totale atrofizzazione dei villi intestinali. Gli individui che, pur affetti da celiachia, mostravano dei villi intestinali in buono stato possedevano percentuali di incidenza molto più bassi, simili a quelli della popolazione "sana".

Come prevenire i tumori del sangue?

La chiave dello studio sta, appunto, nello stato in cui versano i villi intestinali, che sono gli organi che più di ogni altro "patiscono" il contatto con il glutine (se il paziente è affetto da celiachia). Dunque - in base alle conclusioni dei ricercatori - l'impegno dovrebbe essere rivolto verso la guarigione dei villi intestinali. Ora, alcuni celiaci lamentano un tasso di guarigione più alto e un percorso di ripristino delle funzionalità più rapido. Altri, invece, faticano a trovare una condizione di normalità. Spesso tutto ciò dipende dalla tempestività della diagnosi.

Uno studio americano fa luce sul rapporto tra celiachia e tumori del sangue: chi presenta un grado di celiachia severo è più soggetto a patologie oncologiche. La dieta è l'unico strumento efficace

In ogni caso, occorre puntare sulla dieta, che è l'unico strumento che consente ai celiaci di recuperare uno stile di vita normale e libero da sintomatologia, inoltre permette ai villi intestinali di "guarire". Ancora una volta, dunque, viene confermata la necessità per i celiaci di seguire un regime alimentare consono, che escluda in maniera completa l'assunzione di glutine.

Più facile a dirsi che a farsi, e non tanto per la selezione degli alimenti quanto per il rischio, sempre alto, delle contaminazioni accidentali.

Come riconoscere la celiachia

È bene, in conclusione, ribadire alcuni punti fermi sulla celiachia. Si tratta, in primo luogo, di una patologia di carattere immunitario. L'organismo dei celiaci riconosce nel glutine un nemico, scatenando un grave stato infiammatorio.

L'infiammazione colpisce l'apparato digerente, e in particolar modo i villi intestinali, che subiscono danni sensibili, fino all'atrofizzazione completa. Ciò, tra le altre cose, genera alcune difficoltà sull'assorbimento dei nutrienti in generale, causando carenze alimentari anche gravi.

Si può dire quindi che i sintomi della celiachia sono di norma intestinali, con diarrea, crampi e nausea. Tuttavia, possono essere più subdoli e confondersi con quelli di altre patologie. Fanno parte della sintomatologia anche la stanchezza cronica, l'anemia, la perdita di peso e persino la dermatite erpetiforme.

Ciò evidenzia, una volta di più, la necessità di lavorare sulle diagnosi, rendendole più accessibili a tutti. Il rischio che la celiachia non venga riconosciuta, infatti, è molto alto. Un rischio che, come abbiamo visto, può portare a danni ancora più gravi e all'insorgenza di patologie mortali come i linfomi. cod 79439

ECCO PERCHÉ JACOBS, L'UOMO PIÙ VELOCE AL MONDO, MANGIA L'AMATRICIANA

Per essere l'uomo più veloce del mondo, cosa bisogna mangiare? Tante proteine, ma anche un gran bel piatto di amatriciana a settimana. Lo ha svelato l'azzurro Marcell Jacobs che ha conquistato la medaglia d'oro nei 100 metri alle Olimpiadi di Tokyo e nei giorni successivi ha svelato tanti retroscena sul percorso che l'ha portato fino a questo eccellente risultato. Tra questi, come priorità, l'alimentazione.

Parola di nutrizionista

A dire il vero è stato Giacomo Spazzini a rivelare, sulle pagine de Il Tempo, come si è alimentato nell'ultimo anno Jacobs dato che lui è stato il suo nutrizionista. «Abbiamo aumentato di 4 kg la sua massa muscolare - spiega Spazzini - e diminuito del 4% la massa grassa in un anno di lavoro insieme. Tutto attraverso la corretta nutrizione. Mangiava per stare in forma, ma serviva di

più per il salto di qualità. Abbiamo iniziato un percorso con l'Hybrid metod, che ho fondato personalmente. Grazie alla ciclizzazione dei nutrienti abbiamo risvegliato il suo metabolismo per scendere sotto i 10 secondi. Le proteine sono servite per aumentare l'ipertrofia muscolare, i carboidrati per l'energia e i grassi a sostegno del suo assetto ormonale».

Amatriciana meglio della Carbonara

Ma ancor prima di partire per Tokyo, Jacobs aveva già svelato qualche piccolo segreto in più su come si era alimentato in vista dei Giochi. «A me piace mangiare e mangiare bene - aveva detto in un'intervista a Maker Faire Rome - da quando mi sono trasferito a Roma ho un pasto libero a settimana che è l'amatriciana, che amo. Avevo iniziato con la carbonara, poi però l'amatriciana ha quel qualcosa in più. Il mio pasto libero durante la settimana è un bel piatto di amatriciana, e bel piatto significa 250 grammi di pasta perché se no non ha senso. Da settembre ho seguito una dieta ferrea molto ampia che mi ha cambiato in tutto, anche nella performance fisica: meno infortuni, recuperi prima e rendi di più».

Insomma solo uno vince le Olimpiadi ogni quattro anni e al 99% della popolazione mondiale non è certo richiesto di vincere i 100 metri. Però qualche spunto da chi segue al grammo l'alimentazione per migliorare le proprie prestazioni lo si può ascoltare e segnare. Magari non ci fa vincere le Olimpiadi, ma ci fa muovere con un po' più di agilità. cod 79045

Marcell Jacobs ha conquistato la medaglia d'oro nei 100 metri alle Olimpiadi di Tokyo stabilendo anche il record europeo. La sua dieta per preparare la gara delle gare è cambiata e prevede qualche golosità

IN VACANZA A MAURITIUS, A TAVOLA CON LUCA MARCHINI

Dal 25 febbraio al 5 marzo 2022 Roncalli Viaggi, insieme a Beachcomber Resorts & Hotels e Italia a Tavola (Check-In), propone una vacanza unica nel suo genere in una delle isole più eclettiche dell'Oceano Indiano

Una straordinaria esperienza sensoriale di viaggio all'insegna del gusto eccellente, realizzata in esclusiva per i lettori di Italia a Tavola. "Cucina d'autore a... Mauritius" nasce da un'idea condivisa da Check-In (nuovo progetto editoriale di Italia a Tavola) e Roncalli Viaggi, da sempre punto di riferimento nell'organizzazione di esperienze di viaggio sartoriali, in collaborazione con Beachcomber Resorts & Hotels, gruppo alberghiero leader a Mauritius, una delle isole più eclettiche dell'Oceano Indiano.

Una settimana (dal 25 febbraio al 5 marzo 2022, con arrivo in Italia il 6 marzo) dedicata alla scoperta dell'isola o al massimo relax, allo Shandrani Bea-

chcomber Resort & Spa, con un fil rouge che vede protagonista il cibo d'autore grazie alla presenza di un ospite d'eccezione, **Luca Marchini**, membro di Euro-Toques Italia e cuoco del ristorante L'Erba del Re a Modena (1 stella Michelin), che dal 2003 non è soltanto un ristorante, ma un laboratorio dove poter sperimentare i molteplici "concetti e racconti del cibo" ed esprimere quella che è l'essenza della sua arte culinaria: equilibrio, rispetto e valorizzazione della materia prima.

Secondo lo chef stellato, «ogni elemento del piatto ha un'identità riconoscibile, al servizio degli altri ingredienti. L'impegno di ogni "boccone" è di restituire al palato la varietà di sapori in un insieme armonico e calibrato». L'infinità dei linguaggi del cibo e la sua forza empatica, attrattiva e rigenerativa sono da sempre gli elementi che ispirano e contraddistinguono il modo di interpretare e vivere la cucina di Luca Marchini.

La tradizione emiliana si fonde con la cucina sperimentale

Aretino di origine, sposato con Antonella e padre di tre vivacissimi figli, da quando aveva 17 anni vive a Modena, città di cui ha assorbito la forte identità culturale e gastronomica. Un'identità che ancora oggi lo ispira divenendo continuo stimolo nella creazione di codici narrativi diversi, che reinterpretano gli ingredienti in una chiave completamente personale. Marchini ha fatto della cultura gastronomica emiliana e della forte vocazione alla cucina sperimentale uno stile di vita, un mestiere e un'espressione di crescita personale.

«La mia "cotta" per il cibo ha radici lontane - confida lo chef - da bambino volevo fare l'inventore, ma crescendo mi sono reso conto che i miei strumenti di creazione si trovavano in cucina. L'ho appreso osservando le mani esperte ed appassionate di mia madre, ma soprattutto soffermandosi sull'estasi e il coinvolgimento che il cibo provocava sui miei sensi e nella mia mente. Un piacere che sentivo di voler condividere con gli altri. Un piacere che è diventato il mio mestiere».

Ogni piatto arriva a racchiudere sottili messaggi sensoriali, dialoghi silenziosi che il palato deve imparare a interpretare lentamente, senza fretta. «Condividere, interpretare, ascoltare e assaporare con attenzione... Il palato, anche quello già sensibile per sua natura, deve essere istruito. L'allenamento sensoriale è un percorso dovuto all'arte culinaria, come a qualunque alta forma d'arte, perché la sensibilità del gusto è lo strumento che permette di godere delle emozioni più intense ad ogni boccone».

Quella di Luca Marchini è insomma una cucina che si nutre del suo vissuto, della sua sensibilità ma anche del confronto continuo, lo stesso che ha fatto incrociare la sua strada con quella di altri grandi nomi della cucina tra i quali Massimo Bottura, Bruno Barbieri e Jean-Louis Nomicos.

Fervono i preparativi per l'avventura a Mauritius

E adesso all'orizzonte c'è una nuova avventura con il progetto "Cucina d'au- ➔

tore a... Mauritius". «Sto già pensando al menu, che non ho ancora deciso - rivela Marchini - anche se è chiaro che non mancherà il pesce. Inoltre porterò sull'isola le interpretazioni dei miei piatti storici, che ho avuto e ho tuttora in carta. Insieme alle influenze del territorio emiliano e modenese, cercheremo in questa joint venture di far nascere una cucina a 4 mani tra la mia figura e la terra che mi ospiterà».

Momenti indimenticabili

Mauritius è l'isola ideale per vivere il favoloso binomio gourmet-relax, grazie alle sue caratteristiche naturali e la gamma infinita di attività sportive che si possono praticare. Nel nome Beachcomber Resorts & Hotels è racchiuso tutto l'universo e la filosofia del gruppo, ovvero di colui che, camminando lungo la spiaggia, scopre i tesori lasciati dal mare sulla sabbia, illuminandosi di fronte a tanta bellezza. La società è pioniera dell'ospitalità a Mauritius, pienamente consapevole dell'immenso dono che la natura ha concesso ai suoi ospiti in una delle isole più suggestive dell'Oceano Indiano. L'ospitalità firmata Beachcomber coltiva l'arte della bellezza in tutte le sue sfaccettature e ha creato una collezione di resort che regalano agli ospiti momenti indimenticabili. Le strutture, ulteriormente valorizzate dalla qualità del servizio, rispettano la natura dei luoghi, in modo da trasmetterli intatti alle generazioni future.

Shandrani Beachcomber Resort & Spa

Situato nell'incontaminata regione nel sud di Mauritius, lo Shandrani Beachcomber Resort & Spa è un 4 stelle Superior con sistemazioni eleganti immerse in un'atmosfera decisamente frizzante. Disteso su una penisola privata incorniciata dal Parco Marino di Blue Bay, il resort ha tre diverse spiagge mozzafiato tutte da scoprire. Un breve tragitto in barca porta i visitatori ad immergersi nella natura vergine della riserva di Ile aux Aigrettes. Per quanto riguarda lo sport e il tempo libero, il resort offre una vasta gamma di attività di terra e di mare per i suoi ospiti, incluso lo sci d'acqua, un campo da golf pitch & putt a 9 buche (oltre all'accesso privilegiato anche all'Avalon Golf Club, un 18 buche a poca distanza dal resort) e la scuola di vela. E per chi allo sport vuole abbinare anche momenti di puro relax, la sua spa in stile tropical chic è una sorta di oasi nell'oasi.

Il direttore dello Shandrani Beachcomber è italiano e sarà a completa disposizione degli ospiti per esaudire i loro desideri per trascorrere una vacanza indimenticabile all'insegna di relax &

PRENOTAZIONI ENTRO E NON OLTRE IL 23 DICEMBRE
c/o Roncalli Viaggi - Tel 035 225501 - info@roncalliviaggi.it
Quota per persona (adulto) "all inclusive" in camera doppia: **2.290 €**
Assicurazione annullamento, incluso Covid: **90 € per persona**
Programma dettagliato al link: **https://iat.pub/2Ybu08J**

sport circondati da una natura travolgente.

Marchini in cucina con a Mooroogun Coopen

L'executive chef Mooroogun Coopen, presidente della Mauritius Chefs Association e Worldchefs Certified Executive Chef (l'unico chef dell'Oceano Indiano ad aver ottenuto questo ambito titolo e il secondo in tutto il continente africano), sarà il compagno di brigata perfetto per Marchini, che durante la settimana dal 25 febbraio al 5 marzo 2022 (con arrivo in Italia il 6 marzo), firmerà due cene stellate con menu studiati appositamente per diventare il punto d'incontro tra Italia e Mauritius, esaltando i prodotti di entrambi i Paesi, per un'esperienza culinaria inimitabile. Gli ospiti potranno inoltre partecipare ad un corso per apprendere i "trucchi del mestiere" direttamente dallo chef Marchini, cercando di carpire i segreti della sua cucina e ricevendo un attestato di partecipazione autografato.

Una vacanza su misura

Nel caso in cui la cucina d'autore non bastasse per convincervi a partire per Mauritius, la settimana riserverà diverse sorprese in grado di soddisfare le più varie aspettative. Dalla possibilità di sperimentare una gamma infinita di sport (golf, kayak, windsurf, vela, tennis, beach volley...), a cimentarsi in un corso di barman per poi stupire a casa gli amici con cocktail esotici, ad esplorare l'isola scegliendo una delle tante escursioni naturalistiche proposte dal resort. Per chi, oltre alle delizie dello chef Marchini, desidera invece una vacanza all'insegna di sole, mare e food, allo Shandrani Beachcomber la scelta tra i suoi sei ristoranti si trasforma in un itinerario che passa dall'internazionale all'italiano, fa tappa (per non sentirsi troppo in colpa) all'healthy, senza tralasciare il mauriziano "doc", con una full immersion nei frutti di mare a km zero. Forse una settimana non sarà sufficiente! cod 79530

Dal 1923 la famiglia Ceccarelli è alla guida di Giggetto al Portico d'Ottavia, nel cuore della Capitale. Qui tipicità e territorio sono rappresentati ad ampio raggio. Ricette valorizzate dai Pelati di Cirio Alta Cucina

GIGGETTO AL PORTICO D'OTTAVIA
CUCINA ROMANA CHE INCANTA

I LOCALI DEL CUORE CIRIO 1856 *Alta Cucina*

di ***Gabriele Ancona***

Dal 1923 la famiglia Ceccarelli presidia il cuore Roma, il Ghetto ebraico, con una cucina che più del territorio non si può. Dal capostipite Luigi, le redini di Giggetto al Portico d'Ottavia sono passate a Franco e ora a Claudio, 56 anni. «Qui da quasi un secolo facciamo cucina romana ed ebraico-romana - racconta **Claudio Ceccarelli** - con in testa il vero Carciofo alla Giudia, celebre per il suo aspetto sferico, a forma di rosa». Un'hostaria tipica, inossidabile, che ha attraversato i decenni esaltando generazioni di palati. Duecento coperti più 120 nel dehors; una cinquantina di ricette, senza contare contorni e formaggi.

«La nostra clientela - spiega Ceccarelli - è prevalentemente romana, rinforzata da turisti italiani. La prova del nove che caratterizza il nostro dna ce l'ha fornita la pandemia: quando abbiamo riaperto dopo il lockdown abbiamo lavorato tantissimo, ma senza stranieri, e quei pochi erano residenti a Roma. Facciamo cucina romana sempre apprezzata dai romani. Abbiamo clienti che ci dicono: "Qui veniva mio nonno". È detto tutto!».

Oltre alla "star" rappresentata del Carciofo alla Giudia, la gastronomia locale è rappresentata ad ampio raggio. Basti pensare ai tipici fritti di carne, di pesce e di verdure, alla coda alla vaccinara, all'abbacchio, alla trippa e ai primi come i bucatini all'Amatriciana, i rigatoni con pajata, gli spaghetti alla carbonara o le penne all'arrabbiata. Un firmamento dove il pomodoro è protagonista.

Un ruolo di primo piano nella cucina di Giggetto al Portico d'Ottavia è interpretato da Cirio Alta Cucina. «Sono anni che utilizziamo I Pelati - precisa Ceccarelli - che nel tempo hanno scalzato altri prodotti e sono diventati il nostro unico punto di riferimento. Soddisfano a pieno le esigenze della cucina conferendo valore aggiunto a ogni ricetta del menu. Grandi, corposi e di colore rosso vivo, hanno un'elevata resa grazie alla ricca salsatura e all'elevato peso sgocciolato».

Prodotto simbolo di Cirio Alta Cucina, I Pelati si rivelano adatti per ogni tipo di preparazione, anche la più impegnativa. Si esprimono al meglio con le cotture prolungate. «Sanno mettere a fuoco - conclude Ceccarelli - l'identità di ogni elaborazione che richiede il loro utilizzo». E la clientela, che da Giggetto non fa sconti, continua a mettersi a tavola per godere della tradizione.

cod 79662

Giggetto al Portico d'Ottavia
via del Portico d'Ottavia 21/a - 00186 Roma - Tel 06 6861105 - **www.giggetto.it**
www.cirioaltacucina.it

A Bolgheri, immersa nei vigneti di Tenuta Guado al Tasso della famiglia Antinori, l'Osteria del Tasso propone piatti della tradizione locale rivisitati in chiave contemporanea ed accompagnati da un'ampia selezione di etichette

ALL'OSTERIA DEL TASSO I PIATTI RACCONTANO IL TERRITORIO

di ***Giorgio Lazzari***

L'Osteria del Tasso rappresenta una vera e propria chicca gastronomica, immersa nei vigneti di Tenuta Guado al Tasso, che si trova nella piccola e prestigiosa Doc di Bolgheri, sulla costa dell'Alta Maremma, a un centinaio di chilometri a sud-ovest di Firenze. La località di Bolgheri è famosa in tutto il mondo per la produzione vitivinicola di qualità e i terreni si estendono su mille ettari, dei quali più di 300 sono coltivati a vite, in una splendida piana circondata da colline e conosciuta come "anfiteatro bolgherese".

L'Osteria del Tasso è un luogo a cui la famiglia Antinori è particolarmente legata, proprio perché il ristorante è capace di raccontare il territorio Bolgherese, austero e affascinante allo stesso tempo, dove i piatti della tradizione locale sono rivisitati in chiave contemporanea e accompagnati da un'ampia selezione di etichette. Il locale offre una cucina dove i sapori, i profumi e i colori del mare incontrano quelli dell'entroterra, in modo da esprimere l'armonia di un luogo unico.

La carta dei vini, che rappresenta le molteplici sfumature della Doc Bolgheri, offre ai commensali le produzioni di Tenuta Guado al Tasso e una selezione dei vini Antinori, ma anche un'etichetta rappresentativa per ogni azienda associata al consorzio. Il risultato è un omaggio al territorio Bolgherese, attraverso le massime espressioni di un terroir unico. Nella Bottega di Guado al Tasso, adiacente all'Osteria, è possibile degustare ed acquistare i vini provenienti dalla Tenuta, incluse vecchie annate e grandi formati, oltre ai salumi di cinta senese provenienti dalla Macchia del Bruciato. Su prenotazione sono disponibili visite personalizzate e cucite su misura alla scoperta dei vigneti storici di Tenuta Guado al Tasso.

cod 79585

Osteria del Tasso
Strada Provinciale Bolgherese - 57022
Bolgheri (Li) - Tel 0565 1828061
www.osteriadeltasso.com

Lo Skyline Rooftop Bar dell'Hilton Molino Stucky di Venezia

ECCO IL RINASCIMENTO DEL GUSTO SECONDO HILTON

IDEE SFIZIOSE IN CINQUE HOTEL

La catena ha selezionato il Rosoloio di Bergamotto Italicus, il gelato Grom ed i vini del Gruppo Lunelli per dar vita ad aperitivi o proposte enogastronomiche in cinque strutture: Venezia, Milano, Sorrento e due a Roma

Il Pagoda Bar dell'Hilton Sorrento Palace

di ***Piera Genta***

Il Rinascimento del Gusto è il nuovo progetto degli alberghi Hilton: ovvero una rinascita della creatività e del gusto italiani, che potrà essere vissuta gustando prodotti eccellenti in luoghi iconici e con un servizio perfetto. Per farlo Hilton ha selezionato il Rosoloio di Bergamotto Italicus, il gelato Grom ed i vini del Gruppo Lunelli.

A Venezia aperitivo di pesce con vista sulla Laguna

All'Hilton Molino Stucky di Venezia, ad esempio, lo Skyline Rooftop Bar ha creato alcuni sapienti abbinamenti per un

aperitivo unico: come le lamelle di pesce affumicato e marinato create dallo chef Luca Nania in abbinamento con il cocktail Giorgione's Passion, a base di Rum bianco, passion fruit e uno shot di spumeggiante Ferrari Trento, ideato da Gabriele Cusimano. Un'elegante esperienza del gusto dal meraviglioso colpo d'occhio unico sulla città-museo più iconica al mondo.

Il Concept45, ristorante dell'Hilton Milan

A Sorrento i gelati Grom

Al Pagoda Bar dell'Hilton Sorrento Palace, a bordo della scenografica piscina con vista sul golfo e nei profumi dell'agrumeto, il carrello di gelati Grom, realizzato con ingredienti di origine naturale e senza coloranti e aromi, è l'ideale per vivere un momento di pura meraviglia per nutrire i propri sensi e immergersi nella bellezza del paesaggio.

A Milano menu modaiolo

All'Hilton Milan, sofisticato hotel ideale per scoprire la città della moda, il Concept45, ristorante accogliente ed elegante che offre un viaggio attraverso i sapori della cucina tipica del Nord Italia, ha preparato un menu in cui l'aperitivo modaiolo vede, tra l'altro, il Pinot Nero D.O.C. Maso Montalto delle Tenute Lunelli abbinato al Chevice di Sgombro e Gamberi o al Blinis con salmone marinato alla vodka, crema di latte e caviale di lime.

A Roma Rosolio Italicus protagonista

All'Aleph Rome Hotel, Curio Collection by Hilton, elegante proprietà nel cuore di Roma, lo Sky Blu Rooftop l'esperienza Bites and Bar vede un aperitivo con il Rosolio Italicus - l'aperitivo dei Re - in vero stile italiano, con uno Spritz moderno al gusto di bergamotto, accompagnato dai famosi Bites creati dallo chef Carmine Buonanno per uno spuntino veloce ma gustosissimo.

Roma bis il Prosecco Superiore Bisol1542

Sempre a Roma, al Rome Cavalieri, A Waldorf Astoria Hotel, magnifico resort a pochi minuti dal centro di Roma, l'arte italiana incontra la bellezza della natura: sulla terrazza del Tiepolo Bar, a due passi dal famoso trittico di Tiepolo che dà il benvenuto all'ospite con l'eleganza di un capolavoro raro, ci si rilassa immersi nel parco mediterraneo sorseggiando un ottimo calice di Prosecco Superiore Bisol1542, e degustando i ricchi e golosi stuzzichini dai colorati sapori estivi. cod 79462

Lo Sky Blu Rooftop dell' Aleph Rome Hotel

La terrazza del Tiepolo Bar del Rome Cavalieri

Lo Stadt Hotel Città, albergo 4-stelle-superior, si presenta con una facciata in stile neobarocco dalle linee pulite e al suo interno conta 91 stanze completamente rinnovate. Immancabili le specialità birrarie Forst

BOLZANO, RIAPRE LO STORICO STADT HOTEL CITTÀ GRAZIE ANCHE A FORST

In piazza Walther a Bolzano, ha riaperto lo storico Stadt Hotel Città, da sempre punto d'incontro per i bolzanini e non solo. Merito della collaborazione tra Birra Forst Spa e Podini Spa, due grandi realtà imprenditoriali altoatesine, accomunate da una lunga tradizione famigliare. I due noti imprenditori altoatesini Cellina von Mannstein di Birra Forst e Giovanni Podini della Podini Spa, rispettivamente nei ruoli di presidente e di amministratore delegato della società Hotel Città Srl, hanno deciso di collaborare per raggiungere un ambizioso obiettivo, quello di riportare lo storico albergo bolzanino al suo antico splendore.

Parlando dello Stadt Hotel Città, le loro parole si riempiono di entusiasmo: «Adoriamo gli hotel di tradizione, quelli che hanno una storia da raccontare, ma soprattutto quelli che hanno un'anima».

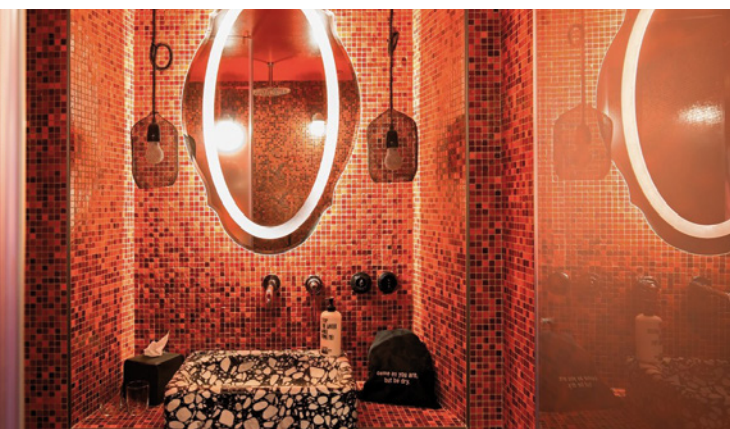
Lo Stadt Hotel Città, albergo 4-stelle-superior, si presenta con una facciata in stile neobarocco dalle linee pulite e al suo interno conta 91 stanze completamente rinnovate, un'area benessere, una zona fitness e al pianterreno offre ai residenti e ai viaggiatori, nel cuore della città, una nuova brasserie con dehors, aperta a pranzo e cena, con cucina mediterranea.

Immancabili le specialità birrarie Forst, spillate ad opera d'arte o anche in bottiglia (V.I.P. Pils, Felsenkeller Bier, Kronen, Sixtus 1857, FORST 0,0%, Premium e Weihenstephan Hefe Weissbier), un'eccellente selezione di vini, in un ambiente chic-urbano, e un cafè affacciato su Piazza Walther, che saranno i nuovi protagonisti dello Stadt Hotel Città. Uno spazio raffinato per uscire dal tempo ed entrare in un lussuoso mondo da sogno: è qui che Birra Forst fa vivere ai suoi ospiti l'arte birraria in tutte le sue sfaccettature e, grazie alla sua lunga tradizione, il senso dell'ospitalità e della convivialità.

Il progetto è stato realizzato dallo Studio Bizzarro di Ravenna, specializzato nel campo della progettazione di strutture alberghiere di prestigio, su precise indicazioni dei due committenti.

cod 78821

25HOURS HOTELS
LA NUOVA APERTURA FIORENTINA ISPIRATA ALLA DIVINA COMMEDIA

Il brand, con hotel già in tutta Europa, sbarcherà a Firenze l'8 ottobre con una nuova struttura: 171 camere (tra cui un Garden Loft), un ristorante di cucina italiana moderna, un giardino interno e un cocktail bar

Il 25hours Hotel Piazza San Paolino è situato in posizione centrale nel cuore di Firenze nel quartiere di Santa Maria Novella, uno dei quartieri più autentici e meno conosciuti della città, un po' fuori dagli usuali sentieri battuti. Posto a due passi dalla stazione di Firenze, back to back con il Museo del Novecento, il 25hours Hotel San Paolino occupa un intero isolato tra l'elegante strada degli antiquari - via de Fossi - e la popolare via Palazzuolo e collegherà in futuro due quartieri che nel tempo hanno sempre avuto pochi contatti tra di loro.

Il 25hours Hotel San Paolino si trova nel complesso dello storico "Monte de' Pegni" ed ha il suo nucleo centrale di 66 camere nell'originario monastero, annesso all'omonima chiesa di San Paolino.

Con un imponente lavoro di recupero architettonico curato da Gla - Genius Loci Architettura, attraverso demolizioni controllate, nuove realizzazioni ed aree accuratamente restaurate, è stata infusa negli antichi ambienti una nuova energia creativa. L'originale nucleo storico è completato da una nuova dependance con ulteriori 104 camere con balcone, oltre ad un Garden Loft, piccolo appartamento con giardino privato e piscina. Il risultato è un hotel moderno e cosmopolita con 171 camere, con una vibrante energia come nessun altro sulla piazza fiorentina.

Il progetto dell'hotel - curato dalla star designer Paola Navone e dal suo team - è ispirato alla Divina Commedia ed è ricco di allusioni a quest'opera: scene dell'Inferno e del Paradiso si alternano giocosamente e conducono attraverso il mondo dantesco tra virtù e vizi.

25hours celebra l'apertura del primo hotel in Italia con un'offerta speciale che gli ospiti possono prenotare su www.25hours-hotels.com fino alla fine del 2021. Se soggiorni due o più notti, riceverai uno sconto del 25% sulla tariffa normale e la colazione offerta dall' hotel. cod 79291

Per informazioni: **www.25hours-hotels.com**

Mottolino Fun Mountain annuncia la collaborazione con Mo-food, holding dello chef altoatesino e del socio Paolo Ferretti che assumerà la direzione strategica di Kosmo Taste the Mountain - Livigno & AlpiNN

NORBERT NIEDERKOFLER A LIVIGNO PER UNA NUOVA AVVENTURA GASTRONOMICA

In occasione della posa della prima pietra, Mottolino Fun Mountain annuncia la collaborazione con Mo-Food per l'apertura del nuovo ristorante Kosmo Taste the Mountain - Livigno & AlpiNN. Quest'ultimo è parte della grande operazione di rinnovamento della ski-area che culminerà con la costruzione della nuova sede di Mottolino Fun Mountain, la cui apertura è programmata per il mese di dicembre 2021. Un investimento di oltre 10 milioni di euro in vista delle Olimpiadi invernali del 2026.

Il nuovo ristorante cambia i paradigmi finora seguiti, con un'offerta food in ottica sostenibile e una struttura in armonia con la natura. Per farlo, la famiglia Rocca si affida a Mo-Food di proprietà dello chef tre stelle Michelin e Stella verde Norbert Niederkofler e del socio Paolo Ferretti, che ne assumerà la direzione strategica.

Dal 2018 la holding è proprietaria di AlpiNN-Food Space & Restaurant, situato a Plan de Corones a 2275 metri d'altezza, dove l'executive chef Fabio Curreli realizza una cucina di montagna basata sulla filosofia etica Cook the Mountain di Norbert Niederkofler, che nasce da ingredienti territoriali e stagionali, riutilizzo degli scarti e un rapporto personale e di stretta collaborazione con produttori locali. La stessa che troverà ampio respiro presso il nuovo ristorante a Livigno, che già nel payoff "Taste The Mountain - Livigno e AlpiNN" sottolinea il legame con quest'ultimo, e per il quale lo stesso Curreli curerà alcuni piatti.

Per questo progetto, oltre allo sviluppo della strategia, Mo-Food si occuperà dell'organizzazione di tutti gli aspetti gastronomici, con una ridefinizione completa dei servizi: si punta sui produttori locali per l'approvvigionamento delle materie prime, in un'ottica di etica e sostenibilità. cod 79113

RIPARTE THE COURT IL COCKTAIL BAR DI MATTEO ZED

A due anni di distanza dall'apertura ufficiale, è ripartita con slancio ed entusiasmo la nuova stagione del The Court, il cocktail bar di Palazzo Manfredi con vista Colosseo. Alla guida del progetto sempre Matteo Zed, bartender di fama internazionale e autore de "Il grande libro dell'amaro italiano", il quale grazie al supporto della struttura 5 stelle lusso ha reso questo palcoscenico che affaccia su un'antica palestra di gladiatori uno dei luoghi d'elezione per la mondanità romana.

Un successo confermato anche dai risultati ottenuti nel bel mezzo di una pandemia mondiale che vedono il cocktail bar al 71° posto nella classifica della World's Best Top 500 bars e al 2° nei Barawards. Senza mai arrestare il suo corso, a inizio anno Matteo ha infatti lanciato l'iniziativa Roma 4 Roma a sostegno dei colleghi del settore offrendo altresì l'opportunità ai romani di bere bene durante il giorno in una delle location più belle del mondo. Il successo di questo format ha convinto la proprietà a pensare sempre più in grande con il meglio della mixology mondiale. Per l'intera estate è stato organizzato un ricco calendario di appuntamenti con guests provenienti da tutto il globo. Amici e colleghi di Matteo Zed hanno così risposto entusiasti alla chiamata e ogni settimana un personaggio diverso si alternerà dietro al bancone del The Court portando in scena il proprio stile di miscelazione e abilità di flair per stupire il pubblico. Da Dubai a Beirut, da Atene a Singapore: tutti i lunedì un professionista arricchirà la drink list del The Court con alcuni signature cocktail esclusivi.

Ad accompagnare il beverage d'autore, viene proposta una curata selezione di piatti come i Rolls giappo-romaneschi alla carbonara, ricetta messa a punto da Emanuele Giordani di The Gipsy Bar, oppure la Caprese con Mozzarella di Bufala Dop, spuma di basilico e pomodoro tricolore, Tartare di salmone, riso venere e gel di passion fruit. cod 78954

NONSOLOCOCKTAILS ARRIVA AD ARONA CON LE PROPOSTE DELLA COPPIA PASTORI-BAH

Sulle sponde del lago Maggiore è iniziata il 29 luglio la nuova avventura di Nonsolococktails, il brand creato dall'imprenditore **Mattia Pastori** che assieme al bar manager **Amadu Bah** ha dato vita a un format pop-up all'interno del locale Senza Pensieri. Ampio dehors, drink list dal respiro internazionale e ospitalità degna dei più raffinati hotel in un'atmosfera semplice e rilassata sono i tratti distintivi di Nonsolococktails al Lago, cocktail bar con l'obiettivo di arricchire l'offerta locale e portare un concept cosmopolita nella città di Arona (Novara). Nel menu saranno presenti alcune delle più iconiche miscelazioni italiane rivisitate attraverso signature drink che uniscono italianità e influenze oltre confine. Proposta che dà seguito al progetto imprenditoriale di Pastori, già autore di numerose collaborazioni con brand del beverage (Sanpellegrino e Pernod Ricard) e locali (Emporio Armani Ristorante Milano e Franco's Bar a Positano).

«Insieme ad Amadu, collega ed amico, abbiamo cercato di tradurre in questo locale il nostro modo di intendere il mondo dell'ospitalità, con l'attenzione al cliente sempre al primo posto», ha spiegato Pastori. cod 79002

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

Edizioni Contatto surl
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · 351 8391052 · Fax 02 700557702 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteoscibilia2013@virgilio.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Lucio Tordini (*coordinatore di redazione*) · lucio.tordini@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · pieragenta@libero.it
Federico Biffignandi (*redattore*) · federico.biffignandi@italiaatavola.net
Nicola Grolla (*redattore*) · nicola.grolla@italiaatavola.net
Jenny Maggioni (*redattore*) · jenny.maggioni@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria di redazione*) · redazione@italiaatavola.net
Brian Vavassori (*segreteria di redazione*) · brian.vavassori@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*Seo & Web manager*) · alessandro.venturini@italiaatavola.net

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, **Massimo Artorige Giubilesi**, **Sergio Mei**, **Matteo Scibilia**

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · 351 8391052 · Fax 02 700557702 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Livia Gerosa · livia.gerosa@italiaatavola.net · **Ivana Frosio** · ivana.frosio@italiaatavola.net

Corrispondenti di zona (*per contatti telefonici consultare il sito*)

Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta	**Piera Genta** · pieragenta@libero.it
Lombardia orientale	**Renato Andreolassi** · renato.andreolassi@alice.it
Pavia-Piacenza	**Stefano Calvi** · s.calvi@ilquattro.it
Veneto	**Giulia Marruccelli** · gmarruccelli@yahoo.it
Belluno-Bolzano-Trento	**Lina Pison** · linapison@gmail.com
Friuli Venezia Giulia	**Liliana Savioli** · lilli_sa@hotmail.com
Emilia Romagna	**Giuseppe De Biasi** · dbpino60@gmail.com
Toscana e Umbria	**Alessandro Maurilli** · a.maurilli@almapress.net
	Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it
Lazio	**Mariella Morosi** · mariellamorosi@hotmail.com
Marche	**Benedetta Gandini** · b.gandini22@gmail.com
	Carla Latini · carla@carlalatini.com
Abruzzo	**Monica Di Pillo** · monica.dipillo@yahoo.com
Campania e Molise	**Vincenzo D'Antonio** · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net
Puglia	**Sandro Romano** · sralessandroromano@gmail.com
Calabria	**Tommaso Caporale** · dodicialitro@gmail.com
Sicilia	**Gianni Paternò** · giopate@libero.it
	Piero Rotolo · pierotolo@tin.it
	Antonio Iacona · direttore@charmatmagazine.it
Svizzera (Canton Ticino)	**Rocco Lettieri** · simpatico.melograno@tin.it

Settembre 2021 · anno XXXV · n. 291 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale e cultura enogastronomica per l'Horeca. Si occupa di food service, alberghi, ristoranti, pizzerie, pasticcerie, bar, turismo, travel, wellness e salute, con attenzione particolare ai professionisti, agli enti, alle aziende e alle associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Valerio Beltrami, Fausto Borella, Antonella Brancadoro, Tiziana Colombo, Giuseppe Cristini, Enrico Derflingher, Fabio Di Pietro, Bernardo Ferro, Ezio Indiani, Giorgio Lazzari, Roberto Lestani, Angelo Musolino, Serena Pironi, Paolo Porfidio, Rocco Pozzulo, Fulvio Raimondi, Marco Reitano, Guido Ricciarelli, Enrico Rota, Eros Teboni, Toni Sarcina

Foto gettyimages® 2021 - Italia a Tavola

- **Quotidiano online** www.italiaatavola.net
- **Mensile cartaceo**
- **Mensile digitale**
- **Le Newsletter settimanali** via mail
- **Le newsletter quotidiane** su WhatsApp e Telegram
- **La Web TV**
- **Social network** con oltre 240.000 utenti
- **La APP Italia a Tavola**
- **Gli aggregatori di notizie**

SEGUICI SU:

ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

PARTNER DI:

FIC Federazione Italiana Cuochi

Euro-Toques Italia

itchefs-GVCI Gruppo Virtuale Cuochi Italiani

Conpait Confederazione Pasticceri Italiani

AMPI Accademia Maestri Pasticceri Italiani

Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria

Noi Di Sala Camerieri, Maitre e Sommelier

Amira Associazione Maîtres Italiani Ristoranti ed Alberghi

Ada Associazione Direttori Albergo

European Hotel Managers Association

ABI Professional Associazione Barmen Italiani

Avpn Associazione Verace Pizza Napoletana

Apn Associazione Pizzaiuoli Napoletani

Ristoranti Regionali Cucina DOC

Movimento Turismo del Vino

Associazione Italiana Sommelier
Streetfood Project
Accademia del Tartufo nel Mondo
Il Mondo delle Intolleranze

IFSE Italina Food Style Education

Saps Agnelli Cooking Lab

Ika Italian Kitchen Academy - Roma

Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548. Chiuso il 3 settembre 2021